



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ciencias Sociales

Unidad de Posgrado

**Las organizaciones culturales y su relación con las
redes sociales virtuales. Caso: Arena y Esteras**

TESIS

Para optar el Grado Académico de Magíster en Sociología con
mención en Sociología de las Organizaciones

AUTOR

Walter Vladimir SALDAÑA MANCHE

ASESOR

Dr. César Armando GERMANÁ CAVERO

Lima, Perú

2019



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Saldaña, W. (2019). *Las organizaciones culturales y su relación con las redes sociales virtuales. Caso: Arena y Esteras*. Tesis para optar grado de Magíster en Sociología con mención en Sociología de las Organizaciones. Unidad de Posgrado, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

HOJA DE METADATOS COMPLEMENTARIOS

Código Orcid del autor:

Código Orcid del asesor o asesores (dato obligatorio): 0000- 0003- 0289-6894.

DNI del autor: 40235361

Grupo de Investigación:

Institución que financia parcial o totalmente la investigación: ninguna.

Ubicación geográfica donde se desarrolló la investigación. Debe incluir localidades y coordenadas geográficas. Lima, distrito de Villa El Salvador.

Año o rango de años que la investigación abarcó: 2017 al 2019.



Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
UNIDAD DE POSGRADO

ACTA PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN SOCIOLOGÍA CON MENCIÓN EN SOCIOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES

En Lima, a los diecinueve días del mes de diciembre del año dos mil diecinueve, reunidos en la Sala de Grados de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, a horas 04:00 p.m., bajo la Presidencia del Mg. Manuel Enrique Castillo Ochoa y con la concurrencia de los demás Miembros del Jurado de Tesis, se inició la ceremonia invitando al graduando **SALDAÑA MANCHE WALTER VLADIMIR**, para que hiciera la exposición de la Tesis para optar el Grado Académico de Magíster en Sociología con mención en Sociología de las Organizaciones. Siendo el trabajo titulado:

“LAS ORGANIZACIONES CULTURALES Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES VIRTUALES. CASO: ARENA Y ESTERAS”

A continuación fue sometido a las objeciones por parte del Jurado. Terminada esta prueba y verificada la votación, se consignó la calificación correspondiente a:

B Muy Bueno 18

Por tanto el Jurado, de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos, acordó recomendar a la Facultad de Ciencias Sociales para que proponga que la Universidad Nacional Mayor de San Marcos otorgue el Grado Académico de Magíster en Sociología con mención en Sociología de las Organizaciones, al Bachiller **SALDAÑA MANCHE WALTER VLADIMIR**. Siendo las 05:00 p.m. y para constancia dispuso se extendiera la presente Acta y firmaron:

Mg. Manuel Enrique Castillo Ochoa.
PRESIDENTE

Dra. Ivonne Teresa Valencia León.
MIEMBRO

Mg. Manuel Jerjes Loayza Javier.
MIEMBRO

Dr. César Armando Germaná Caverio.



N. Lynch
Dr. NICOLÁS JAVIER LYNCH GAMERO
Director

PABELLÓN JOSÉ CARLOS MARIATEGUI – CIUDAD UNIVERSITARIA

Teléfono: 6197000 Anexo 4003. Lima – Perú.

Correo: upg.sociales@unmsm.edu.pe, upgeess@yahoo.es

AGRADECIMIENTO

A mis padres y a toda mi familia por ser ejemplos a seguir para conquistar mis metas.

A la Asociación Arena y Esteras que fue mi inspiración.

A los docentes de la universidad por darme sus conocimientos y experiencias.

DEDICATORIA

A mis queridos padres Walter y Gabriela, a mi hermana Gaby.

A mis abuelos, Demetrio, Adela y Eva.

A mi asesor Dr. César Germaná, por su apoyo incondicional.

Sin ellos, jamás podría haber alcanzado este objetivo.

ÍNDICE

RESUMEN.....	VII
---------------------	------------

ABSTRACT	VIII
-----------------------	-------------

CAPÍTULO 1 : INTRODUCCIÓN

1.1. Situación problemática.....	9
1.2. Formulación del problema	14
1.2.1. Problema general.....	14
1.3. Justificación de la investigación a nivel teórico.....	14
1.4. Justificación de la investigación a nivel práctico	15
1.5. Justificación metodológica.....	16
1.6. Objetivos	17
1.6.1. Objetivo general	17
1.6.2. Objetivos específicos	17
1.7. Hipótesis.....	17
1.7.1. Hipótesis general:.....	17

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas para entender la Organización Cultural Arena y Esteras y su relación con las redes sociales.....	18
2.2. Antecedentes de investigación	35
2.3. Historia de la Organización Cultural Arena y Esteras	43
2.3.1. Estructura organizacional de Arena y Esteras.....	50
2.3.2. Fuentes de financiamiento de Arena y Esteras.	53
2.3.3. Cultura organizacional de Arena y Esteras.	56
2.4. Las redes sociales y su influencia en las organizaciones culturales.....	59
2.4.1. El <i>prosumidor</i> en la web 2.0	63

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación.....	66
3.2. Unidad de análisis	66
3.3. Población de estudio	67
3.4. Tamaño de muestra y criterios de selección de muestra	67

3.5. Técnicas de recolección de datos	68
3.6. Análisis de la información	68

CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de los resultados de la encuesta a los miembros de Arena y Esteras, interpretación y discusión de resultados	72
4.2. Análisis de matriz de contenido de Facebook, interpretación y discusión de resultados	85
4.3. Pruebas de hipótesis	88
4.4. Presentación de resultados	89
CONCLUSIONES	93
RECOMENDACIONES	95
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	97
ANEXOS	106

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como eje principal conocer de qué manera las redes sociales virtuales, especialmente la cuenta Facebook, influyen en el crecimiento de la Asociación Cultural Arena y Esteras, puesto que, a lo largo de 27 años de vida institucional, esta se ha convertido en un referente de la cultura en Villa El Salvador.

Para poder entender este caso se ha hecho una exploración de los principales conceptos teóricos de organización, cultura organizacional, redes sociales virtuales e internet. Posteriormente, se procede a revisar los acontecimientos que marcaron el inicio de la organización, las diversas dificultades que tuvieron que superar y los reconocimientos que obtuvieron por su trabajo en favor de comunidad.

Por otro lado, se analiza la estructura organizacional de esta institución, la cual está ligada con valores de equidad y justicia, desapareciendo las jerarquías y las ambiciones de poder. Además de la cultura organizacional que tiene como principales características el trabajo colectivo, la identificación con la localidad y la normatividad de educar a los demás.

Luego se efectúa una investigación sobre los principales conceptos de redes sociales virtuales e internet, además, se hace un análisis de los mensajes que se publican, especialmente en la cuenta de Facebook de Arena y Esteras. Aparte, se realiza una encuesta a los miembros de la asociación para determinar el nivel de influencia que tienen en la toma de decisiones de las personas.

Finalmente, se presentan de manera ordenada y detallada las conclusiones y recomendaciones donde se mencionan las diversas mejoras que deberían realizar tanto a nivel organizacional, como a nivel comunicacional. Sin dejar de lado el aspecto de las redes sociales virtuales.

Palabras claves: organización, cultura organizacional, internet, Arena y Esteras, redes sociales virtuales, Facebook.

ABSTRACT

The present research work has as main axis to know how virtual social networks, especially the Facebook account, influence the growth of the Cultural Association Arena and Mats, since over 27 years of institutional life, they have become in a reference of the culture in Villa El Salvador.

In order to understand this case, an exploration has been made of the main theoretical concepts of organization, organizational culture, virtual social networks and the Internet. Subsequently, we proceed to review the events that marked the beginning of the organization, the various difficulties they had to overcome and the recognition they obtained for their work in favor of community.

On the other hand, its organizational structure is analyzed, which is linked to equity and justice values, disappearing hierarchies and power ambitions. In addition to the organizational culture whose main characteristics are collective work, identification with the locality and the regulations to educate others.

Then a review of the main concepts of virtual social networks and the Internet is carried out, in addition, an analysis is made of the messages they publish, especially in the Arena y Esteras Facebook account. On the other hand, a survey is carried out on the members of the association to determine the level of influence it has on the decision making process of the people.

Finally, the conclusions and recommendations are presented in an orderly and detailed manner, mentioning the various improvements that could be made both at the organizational level and at the communication level. Without neglecting the aspect of virtual social networks.

Keywords: Organization, Organizational Culture, Internet, Sands and Mats, virtual social networks, Facebook.

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1. Situación problemática

Era una tranquila mañana de 15 de febrero de 1992, cuando de repente se escucharon gritos de desesperación, habían asesinado a una joven dirigente sindical llamada María Elena Moyano, este crimen cambió por completo a los ciudadanos de Villa El Salvador, su delito: tener la firmeza de oponerse al paro organizado por el grupo terrorista Sendero Luminoso, pero no conformes con asesinarla la descuartizaron con la finalidad de atemorizar a todos los pobladores. La violencia del crimen generó que un grupo de jóvenes, un 29 de marzo de 1992, tomaran la decisión más arriesgada de su vida, salir a las calles con una nariz roja, un par de zancos, un tambor y un cartel que decía: ¡Por el derecho a la sonrisa!

Luego de las primeras actividades decidieron darle un nombre al grupo y a ninguno de sus integrantes se le ocurría nada hasta que surge Arena y Esteras, palabra que simbolizaba los inicios de Villa El Salvador. Estos jóvenes cambiaron por completo el panorama de tristeza que había quedado tras el asesinato, desde ese instante se propusieron como objetivo ser una fuente de alegría. Han pasado por diversas situaciones a lo largo de todo este tiempo, pero en los últimos años han empezado a utilizar las redes sociales virtuales, especialmente la cuenta de Facebook, como una herramienta digital sumamente útil para la difusión de los talleres, las obras de teatro y los festivales de circo.

En los últimos años se ha encontrado que más personas e instituciones están presentes en las redes sociales virtuales, esto se puede comprobar de acuerdo al reporte publicado en el diario *Gestión*, donde el Perú lidera la presencia en este medio digital con un “93,2 %, le sigue Brasil, con 89,1 %; México, con 87,8 %; y Argentina, con 83,2 %” (*Gestión*, 2019).

Asimismo, nos muestra el impacto que este medio ha generado en los últimos años, de ser una simple fuente de entretenimiento y comunicación, para convertirse en un canal por el cual se motiva a las personas a realizar una acción que puede ser “un hecho específico, ya sea una marcha a favor de una determinada política, un apagón mundial para ahorrar energía o la modificación de algún aspecto de la red social misma” (Alonso y Arébalos, 2010, p. 58). Esta facilidad que tiene el cibernauta de crear campañas virtuales ha permitido que se construyan constantemente, de acuerdo a las necesidades y problemáticas de los ciudadanos, transformándose en una herramienta de presión sobre las autoridades.

Bustamante (2008) define una red social virtual, como un grupo de personas que tienen afinidades en común y que tienen las siguientes características: “desean interactuar para satisfacer sus necesidades o llevar a cabo roles específicos; comparten un propósito determinado que constituye la razón de ser de la comunidad e interactúan mediante herramientas tecnológicas que facilitan la cohesión entre los miembros, sin importar su ubicación física” (p.11).

Antes de la llegada de internet, el ser humano había establecido redes sociales en las primeras comunidades, porque a través de estas alcanza su interés personal, sin estos vínculos no habría sido posible la evolución, ni llegar a crear grandes civilizaciones. Como bien lo señala Alonso y Arébalos (2010) “milenios atrás, se reunían alrededor de un fuego y comentaban las experiencias del día, relataban cómo se habían salvado del ataque de un tigre, o compartían secretos para la caza de un mamut; actualmente, se reúnen alrededor del fuego virtual de una página de Facebook” (p. 177).

Para conocer cuáles son los orígenes de las primeras redes sociales virtuales tenemos que remontarnos a 1985, cuando Stewart Brandy y Larry Brilliant lanzaron una web de anuncios electrónicos llamado The Whol Earth Electronic, donde las personas comentaban sobre diversos temas. En la década del noventa siguiente surgieron una serie de servicios similares como The Globe, Geocities y Tripood, donde los usuarios creaban sus páginas personales, las cuales podían vincularse o conectarse a otras creadas por otros miembros. Algunas eran de docentes universitarios compartiendo información, otras eran agrupaciones de vecinos estableciendo contacto con sus autoridades o, por otro lado, eran estudiantes conectados con sus centros de estudios.

En sus inicios estos grupos virtuales establecieron nuevas maneras de relacionarse, inclusive crearon códigos particulares. En la gran mayoría de casos los participantes nunca se reúnen físicamente, pero sí se comunican a través de las salas de conversación o chats, en donde surgían ideas y se establecían acuerdos para llevar a cabo un objetivo. Como lo sostiene Castells (2001) “los individuos construyen sus redes, *on line* y *off line* sobre la base de sus intereses, valores, afinidades y proyectos. Debido a la flexibilidad y el poder de comunicación de Internet, la interacción social *on line* juega un papel cada vez más importante en la organización social en su conjunto” (p.152).

Como se puede apreciar las redes sociales virtuales han potenciado el nivel de interacción del ser humano, pues existe la facilidad de conocer más personas afines a sus propios intereses. Al juntarse estas personas se convierten en grupos y, posteriormente, se vuelven comunidades capaces de crecer y expandirse a nivel mundial.

Uno de los conceptos teóricos a revisar es el relacionado con la organización social y su funcionamiento, asimismo, el rol que asume cada participante y los compromisos que adquiere con los demás. Un elemento esencial dentro de la organización va a ser la confianza, el respeto y la integración entre sus miembros, además de tener objetivos compartidos, un acertado liderazgo y una buena retroalimentación.

Estas organizaciones han generado el surgimiento de nuevas características, dentro de ellas se encuentra el adaptarse rápidamente a los cambios que se puedan presentar en el contexto social donde se desenvuelven, además de una autorregulación de sus propios miembros, quienes a su vez establecen mecanismos de sanción entre ellos.

Por todo lo expuesto, resulta de suma importancia descubrir cómo ambos elementos, tanto las redes sociales virtuales como las organizaciones sociales, se integran y terminan siendo determinantes para el crecimiento de estas instituciones y de todo equipo humano.

Una organización que está utilizando las redes sociales virtuales para la difusión de sus actividades es la Asociación Cultural Arena y Esteras, de Villa El Salvador, que cumplió 27 años de vida institucional, y que tiene como premisa esencial incentivar un cambio en su comunidad mediante el teatro y la cultura.

Arena y Esteras es un ejemplo por múltiples razones, una de ellas es que, a pesar de la juventud de sus integrantes, tomaron la decisión de enfrentar a Sendero Luminoso con el firme propósito de realizar festivales teatrales alrededor de su comunidad para incentivar que los niños regresen a las clases en los colegios, a pesar del miedo de la población, por el asesinato de la dirigente vecinal María Elena Moyano.

La importancia de analizar esta organización radica en el nivel de cohesión que han logrado sus integrantes y el compromiso por alcanzar sus objetivos y esto se debe a la equidad y el equilibrio que disponen sus directivos para manejar a todo el equipo humano.

El objetivo principal del presente trabajo es conocer de qué manera utilizan las redes sociales virtuales, especialmente la cuenta de Facebook, para divulgar los festivales de circo, las obras de teatro y los talleres que realizan a lo largo de todo el año. Por tal motivo, para conocer exactamente esa información se realiza un análisis

de los mensajes que se publican, la cantidad de veces que lo hacen y si los mismos están acompañados de audio, video o fotos.

Además, se han realizado encuestas a diversos integrantes de la asociación para poder identificar el grado de influencia que tienen las redes sociales virtuales en su comportamiento y, de esta manera, descubrir como constituyen un elemento determinante para la toma de decisiones.

La viabilidad de la presente investigación se sustenta en la importancia que tiene Arena y Esteras para toda la comunidad de Villa El Salvador, no tan solo por ser una fuente de entretenimiento, sino porque se ha convertido en un semillero de artistas. También, nos va a permitir conocer de qué manera ayudan las redes sociales virtuales, especialmente la cuenta de Facebook, para la difusión de todos sus talleres, obras de teatro y festivales en el ciberespacio.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

- ¿Cómo la Asociación Cultural Arena y Esteras, formada en 1992 en Villa El Salvador, utiliza las redes sociales virtuales, especialmente la cuenta de Facebook, para mejorar la comunicación entre sus miembros?

1.3. Justificación de la investigación a nivel teórico

La importancia de la investigación radica en conocer de qué manera las redes sociales virtuales, especialmente la cuenta de Facebook, influyen en el desarrollo de la Asociación Cultural Arena y Esteras de Villa El Salvador, que tiene 27 años de vida institucional. Debido especialmente al impacto que ha generado en la forma como se están relacionando los seres humanos, como bien señalan Torres, Álvarez, Gutiérrez y Ávila (2012) quienes afirman que: “Analizar las redes virtuales permite responder a la cuestión de cómo se relacionan los individuos mediante el empleo de recursos tecnológicos, señalando con ello la manera como estos recursos generan impacto en el patrón relacional de un grupo humano” (p. 68). Por tal motivo, esto se ha convertido en un tema de actualidad ya que ha modificado la socialización de las personas.

Por esta razón, resulta de mayor importancia para las ciencias sociales identificar esta nueva forma de interacción, ya que se está constituyendo en un auténtico sistema de relación social como bien señalan los autores Torres, *et al.* (2012) que sustentan:

Se conjugan elementos como la cognición, la comunicación y la cooperación, que son importantes para el sostenimiento de una relación entre sujetos, así mismo, el papel de la temporalidad es importante dado que en las redes virtuales, así como se da una interacción temporal en tiempo real (temporalidad sincrónica) en la que los usuarios se comunican directamente con sus contactos, también es posible que exista una temporalidad asincrónica, en la

cual a pesar de que los individuos estén desconectados o desvinculados, pueden seguir sosteniendo comunicaciones con sus contactos. (p. 72)

De esta forma, las redes sociales virtuales como Facebook, han dejado de ser una fuente de entretenimiento para convertirse en un sistema imprescindible para el desarrollo de las personas, porque ahora dedican más tiempo, dinero y hasta sentimientos afectivos en cada publicación o interacción que realizan.

Por todos estos argumentos, adquiere mayor relevancia realizar una investigación sobre este tema, puesto que es una problemática que involucra a todos los miembros de Arena y Esteras. Además, se va a poder profundizar en otros aspectos como organización social, cultura organizacional, desde un enfoque moderno, convirtiéndose en una herramienta muy útil para los estudiantes de ciencias sociales.

1.4. Justificación de la investigación a nivel práctico

La importancia de la investigación a nivel práctico radica en que va a permitir identificar los cambios que está ocurriendo en Arena y Esteras con la llegada y la utilización de las redes sociales virtuales, de qué manera está afectando esto a la organización y cómo influye en sus participantes.

Adicionalmente, va a permitir conocer el origen de la organización, los valores que inculcaron sus fundadores a las generaciones posteriores (como el respeto, la solidaridad, el trabajo en equipo), con los cuales han logrado un crecimiento y posteriormente un reconocimiento por su trabajo artístico.

Además, se examinan los mensajes que se publican en la cuenta de Facebook, para, posteriormente, hacer un análisis de sus contenidos y ver la reacción que genera en sus usuarios.

1.5. Justificación metodológica

La investigación busca hacer un aporte a las ciencias sociales, especialmente para comprender el grado de influencia que tienen las redes sociales virtuales en las organizaciones culturales, particularmente en el caso de Facebook que empezó como un portal web de expansión de contactos y de entretenimiento, para convertirse actualmente en una herramienta de sistema social. Autores como Gallego (2011) aseveran que las redes sociales

Engloban la heterogeneidad de individuos, grupos, organizaciones e instituciones, con intereses y objetivos comunes (en muchas ocasiones estos intereses pueden ser particulares, pero gracias al consenso y la negociación se busca lo mejor para todos) orientados hacia el bien común, lo que contribuye al desarrollo comunitario de la red, y ello a su vez incrementa el bienestar social y la calidad de vida. (p.119)

Un análisis metodológico de las redes sociales virtuales va a permitir identificar qué papel cumple cada participante (sean individuos u organizaciones) dentro de una estructura social. Este análisis se va a convertir en elemento fundamental para las ciencias sociales, sobre todo para entender la nueva dinámica social como bien señala Sanz (2003) quien asegura que:

El análisis de redes sociales ARS (*social network analysis*), también denominado análisis estructural, se ha desarrollado como herramienta de medición y análisis de las estructuras sociales que emergen de las relaciones entre actores sociales diversos (individuos, organizaciones, naciones, etc.). El ARS es un conjunto de técnicas de análisis para el estudio formal de las relaciones entre actores y para analizar las estructuras sociales que surgen de la recurrencia de esas relaciones o de la ocurrencia de determinados eventos. (p. 21)

Asimismo, el aporte que va a dar los resultados obtenidos de esta investigación servirá para profundizar más en este tema y va a ser un instrumento para poder utilizar en estudios posteriores aplicados a cualquier organización, sea esta pública o privada, tanto a nivel nacional como internacional.

1.6. Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Describir cómo las redes sociales virtuales, especialmente la cuenta de Facebook, ayudan a la difusión de los eventos artísticos que realiza Arena y Esteras, además de permitir conocer su cultura organizacional.

1.6.2. Objetivos específicos

- Conocer la cultura organizacional de Arena y Esteras.
- Identificar de qué manera Arena y Esteras utiliza la red social virtual Facebook.

1.7. Hipótesis

1.7.1. Hipótesis general

Cómo las redes sociales virtuales, especialmente la plataforma web Facebook, afectan a la Asociación Cultural Arena y Esteras, porque permiten difundir su trabajo a más personas. Por consiguiente, utilizar adecuadamente los recursos que ofrece Facebook, como es la instantaneidad, multimedialidad e interactividad, va a posibilitar crear una comunidad virtual alrededor de la organización y mejorar la comunicación entre sus integrantes.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas para entender la Organización Cultural

Arena y Esteras y su relación con las redes sociales

La base teórica en la cual se va a sostener esta investigación es la teoría estructuralista, que se puede definir como la búsqueda de “las leyes universales e invariantes de la humanidad que operan en todos los niveles de la vida humana, tanto en los más primitivos como en los más avanzados” (Ekeh, 1982, p.128).

Los orígenes del estructuralismo se remontan a las primeras investigaciones sobre lingüística desarrolladas por Fernando Saussure que destacan por su contribución en la investigación del desarrollo de la lingüística estructural. Autores como Ritzer (1997), quien señala que la distinción que hace Saussure entre *langue* (constituye en el sistema formal gramatical) y *parole* (determinado como el discurso oral) es sumamente importante. Además, afirma que este tema de investigación término llevándolo a explorar otros aspectos como los sistemas de signos, este nuevo enfoque se denominó semiótica, Ritzer afirma que “la semiótica es más amplia que la lingüística estructural, porque abarca no solo el lenguaje, sino también otros sistemas de signos y símbolos tales como las expresiones faciales, el lenguaje del cuerpo, los textos literarios y, de hecho, todas las formas de comunicación” (p. 413).

Un investigador que desarrolló un nuevo enfoque sobre el estructuralismo es Claude Lévi-Strauss, que indica que los productos humanos tienen una fuente básica idéntica, la mente humana. Esta capacidad de crear contenido siguiendo un orden y dando sentido a las cosas es la que da origen al orden social y a las estructuras

sociales modernas, a pesar de que todos los estudios de Lévi-Strauss son alrededor de sociedades primitivas, él creía que se podía aplicar a las sociedades contemporáneas.

Si, como lo creemos nosotros, la actividad inconsciente del espíritu consiste en imponer formas a un contenido, y si estas formas son fundamentales, las mismas para todas las mentes, antiguas y modernas, primitivas y civilizadas... es necesario y suficiente captar la estructura inconsciente que subyace a cada institución o cada costumbre para obtener un principio de interpretación válido para otras instituciones y otras costumbres, a condición, claro está, de llevar lo bastante adelante el análisis (Lévi-Strauss, 1967, pp. 21-22).

Asimismo, otros autores como Lewis Coser (1961), centran su investigación en las grandes estructuras, pues aducen que las mismas influyen en los procesos sociales y estos, a su vez, en la conducta individual. Por otro lado, Peter Blau (1975) profundizó más en el tema de las grandes estructuras señalando algunas como la clase social, la división del trabajo, las asociaciones, etc. Además, da una definición de estructura social como “las distribuciones de la población de acuerdo con diversos parámetros en distintas posiciones sociales que influyen en las relaciones de rol de las personas y en la interacción social” (p. 221).

Dejando en claro que las posiciones sociales definen las estructurales sociales y para esta diferenciación señaló dos tipos de parámetros estructurales, los nominales, los cuales sirve para diferenciar una población, como por ejemplo el sexo y la raza; por otro lado, los graduales, como por ejemplo la renta y la riqueza. Autores como Ritzer (1997) y Blau luego desarrollaron dos formas de diferenciación:

La primera es la heterogeneidad, que implica la distribución de una población entre varios grupos en términos de los parámetros nominales. La segunda es la desigualdad, que se define por las distribuciones de estatus en término de los parámetros graduales.

Aquí podemos apreciar algunos de los valores de Blau; hay demasiada desigualdad en la sociedad, pero jamás podría existir demasiada heterogeneidad (p. 443).

Otra teoría sociológica que va a sostener la investigación es la teoría de redes, siendo uno de los autores más representativos Wellman (1983), el cual busca centrar su trabajo en estudiar las formas en que las personas y las colectividades se comportan, para de esta manera conocer los lazos que vinculan a los miembros de la sociedad.

Los analistas de redes parten de la simple, pero poderosa noción de que la principal tarea de los sociólogos es estudiar la estructura social... El modo más directo de estudiar una estructura social es analizar la pauta de los lazos que vinculan a sus miembros. Los analistas de redes buscan las estructuras profundas, los modelos regulares de redes que se encuentran debajo de la frecuentemente compleja superficie de los sistemas sociales... Se considera que los actores y su conducta están constreñidos por estas estructuras. Por tanto, la preocupación es el constreñimiento estructural, no los actores voluntaristas (Wellman, 1983, pp. 156-157).

Otro autor que también incide acerca de la teoría de redes es Mizruchi (1990) en la cual desarrolla el tema de cohesión de las corporaciones y su relación con el poder. Señala el autor que se han dado dos definiciones diferentes de cohesión, la primera señala como elemento de identificación de los miembros del grupo con su organización, de esta manera sus intereses individuales están unidos con los del grupo. La segunda definición tiene relación con que “la solidaridad puede ser considerada como un proceso objetivo observable independiente de los sentimientos de los individuos” (p. 22).

Igualmente, este mismo autor discurre acerca de la equivalencia estructural, donde los actores tienen relaciones idénticas con otros actores en la estructura social, a pesar de que no puedan tener comunicación entre ellas se comportan de la misma

manera. Por otro lado, señala sobre la importancia que tiene la equivalencia estructural que, después de todo, implica una red de relaciones sociales.

Otro concepto teórico que va a sostener la investigación es la comunicación, puesto que es el medio por el cual se transmite información de una persona a otra. El proceso de comunicación entre dos personas se realiza a través de un sistema de códigos que se emplea para definir objetos, conceptos o emociones. Etimológicamente, la palabra comunicación deriva del latín *comunicare*, que puede traducirse como poner en común, compartir algo.

Pero en los últimos años la comunicación se ha visto potenciada a niveles nunca antes vistos gracias a internet y al desarrollo tecnológico. Además, ha modificado por completo la forma como nos relacionamos. Para Castells (2011, p. 32) “sobre esta base se está expandiendo la nueva estructura social que constituye los cimientos de nuestra sociedad: la sociedad red”. Por otro lado, señala que una red es un conjunto de nodos que están interconectados, al ser un conjunto nadie tiene un centro, por tal motivo todos tienen la misma importancia y valor.

La importancia relativa de un nodo no proviene de sus características especiales, sino de su capacidad para contribuir a los objetivos de la red. No obstante, todos los nodos de la red son necesarios para la actuación de la propia red. Cuando los nodos se hacen redundantes o pierden su función, las redes tienden a reconfigurarse, eliminando algunos de ellos y añadiendo otros nuevos. Los nodos existen y funcionan exclusivamente como componentes de las redes: la red es la unidad, no el nodo (Castells, 2011, p. 27).

Dentro de la propuesta teórica del catedrático español, el surgimiento de esta sociedad red es producto de tres grandes cambios ocurridos en la década de los setenta, generando un nuevo paradigma tecnológico, que al final lo definió como el informacionalismo. Estos tres procesos fueron:

1. La crisis y reestructuración del industrialismo y sus dos modos de producción asociados, capitalismo y estatismo;
2. Los movimientos sociales y culturales de orientación liberadora de finales de los sesenta y comienzos de los setenta;
3. La revolución en las tecnologías de la información y la comunicación (Castells 2011, p. 41).

En esta sociedad, el nivel de interacción ha evolucionado a un nivel nunca antes visto y básicamente se debe a la capacidad que te brinda internet de enviar mensajes a muchas personas, en tiempo real o en un momento determinado, Castells (2012b, p. 88) denomina a esta nueva forma como autocomunicación de masas. La define de esta manera, ya que afirma que se puede llegar a una audiencia global. Además, es autocomunicación porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos o los contenidos de la web.

Un elemento fundamental para el desarrollo y crecimiento de una organización va a ser la cultura, la misma que es producto de los valores y compromisos de sus miembros, convirtiéndose en un elemento fundamental que permitirá consolidar e integrar a todo el grupo. Una pieza clave es el líder, el cual va a dirigir a los objetivos comunes, autores como Sheen (2017) sostienen que: “Si los líderes no conocen cómo se sienten sus empleados en el trabajo y qué tan identificados están con el credo corporativo, alcanzar una cultura compartida se vuelve una tarea lejana y costosa” (p. 36).

La importancia de la cultura organizacional radica en las posibilidades de dar estabilidad a una institución, autores como Cameron y Quinn (2006) sustentan que: “Transmite un sentido de identidad a los empleados, brinda las reglas no escritas y no habladas sobre cómo relacionarse dentro de la empresa, e impulsa la estabilidad del sistema social que los empleados experimentan” (p.16).

En cambio, otros autores, como Flamholtz y Randle (2011), plantean que la cultura tiene un profundo impacto en el crecimiento del negocio. Si es manejada eficientemente se vuelve un verdadero activo económico; si sucede lo contrario,

puede convertirse en un real pasivo económico e inclusive llevar al fracaso organizacional.

Uno de los autores que más aportes realiza sobre cultura organizacional es Rodríguez (2001), quien señala que la cultura organizacional es el conjunto de premisas básicas sobre las que se construye el decidir organizacional. Asimismo, establece que: "Varía constantemente, su cambio es imperceptible para quienes están dentro de ella, no puede ser cambiada por decreto, no es visible para quienes están dentro de ella" (p. 5).

En el caso de Arena y Esteras se puede señalar que la cultura establecida por sus integrantes es producto de todo su trabajo, a lo largo de sus 27 años de vida institucional; de sus valores y comportamientos que se han consolidado entre sus integrantes.

Para Rodríguez (2001, p.9) la cultura organizacional es el patrimonio social de experiencias vividas y acumuladas por la organización y que han sido transmitidas a las nuevas generaciones mediante un proceso de aprendizaje. Como consecuencia de lo anterior, cambiarla significa desprenderse de un conjunto de referentes profundamente integrados.

Asimismo, Arena y Esteras se ha convertido en una organización social que busca potenciar el talento de los jóvenes, pero, además, generar un cambio social en toda la comunidad de Villa El Salvador. Por tal motivo, es importante definir el tema de organización, entendida como una estructura formal que tiene un objetivo común, para autores como Ruiz (2007):

Son estructuras de coordinación que surgen espontánea o implícitamente de las interacciones de las personas, sin implicar una coordinación racional para la consecución de objetivos comunes explícitos. Pero si, por el contrario, se fijan objetivos explícitos y ellos se hallan de acuerdo, formalmente, en cuanto a ciertas estructuras de coordinación que les permitan asegurarse que van a pasarlo bien, y si

establecen, además, una jerarquía idónea para disfrutar de una coordinación eficaz, terminará convirtiéndose en una organización formal (p. 24).

Por otra parte, científicos como Velázquez (2008) señalan que la organización se enfrenta por dentro y por fuera con diversas dificultades, pero la única manera de constituir una estructura sólida es que sus decisiones sean tomadas de manera racional y no tiendan al caos o al desorden. Señala el autor que es preciso que la racionalidad de la organización mantenga el equilibrio que le permita conservar su estado original de manera constante manteniendo sus ejes principales, tratando a la vez de controlar los factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas).

De este modo, señala que una organización social pasa a ser una organización formal cuando posee determinadas características, como tener el propósito explícito de alcanzar ciertas metas, pero sobre todo que tienen una identidad que la hace independiente de las personas que las fundaron.

Uno de los factores que va a permitir un correcto funcionamiento dentro de una organización es la interacción entre sus integrantes, la cual debe ser permanente y simple, de esta manera, se evita generar conflictos entre sus miembros.

Una organización social, al estar correctamente integrada va a tener una colaboración constante de sus integrantes, para autores como Bradley y McDonald (2016, p. 32) el ciclo fundamental de la colaboración comienza con la contribución de los miembros, luego con el *feedback*, donde los miembros comentarán y expresarán su opinión sobre el valor de la contribución, presentándola de esta manera a la opinión colectiva de la comunidad. Luego, a través del debate, las contribuciones serán juzgadas y evaluadas por la comunidad. Esta validación contribuirá a crear el estatus y la reputación de contribuciones y contribuyentes. Ahora, el hecho de escuchar y estimular la participación no solo produce mejores resultados, sino que además forja relaciones más estrechas y crea un modelo de funcionamiento más eficiente.

Aquí entra un tema a destacar, que es el de la contribución y el aporte, ya sea en dinero o en ideas, que va a permitir darle un rol a cada miembro dentro de la organización; de esta manera se va estructurando una jerarquía dentro de la misma, llevando consigo al surgimiento de un reglamento que permite establecer deberes y derechos entre sus miembros.

Otro elemento fundamental dentro de una organización va a ser las relaciones que existen entre sus integrantes. Un autor que revisa ese concepto es Bourdieu quien definía que las relaciones objetivas entre los diversos miembros de una organización se denominan campo, que es una red o una configuración de relaciones que están objetivamente definidas, y que forman parte de la existencia natural de una organización.

En las sociedades altamente diferenciadas, el cosmos social está conformado por varios de estos microcosmos sociales relativamente autónomos, es decir, espacios de relaciones objetivas que son el sitio de una lógica y una necesidad específica e irreductibles a aquellas que regulan otros campos. Por ejemplo, el campo artístico, el religioso o el económico siguen todas lógicas específicas: mientras que el campo artístico se ha constituido a sí mismo rechazando o revirtiendo la ley del provecho material (Bourdieu-Wacquant, 2005, p. 151).

De igual forma, para Bourdieu el campo es también el centro de batallas entre los diversos integrantes de una organización, ya que siempre va a existir un grupo de miembros que desea asumir el control y el poder de toda organización.

Por otro lado, el campo como estructura de relaciones objetivas entre posiciones de fuerza subyace y guía a las estrategias mediante las cuales los ocupantes de dichas posiciones buscan, individual o colectivamente, salvaguardar o mejorar su posición e

imponer los principios de jerarquización más favorables para sus propios productos (Bourdieu-Wacquant, 2005, p. 155).

Otro concepto para esta investigación es el de comunidad, la cual es definida por autores como Bradley y McDonald (2016, p. 27), como grupos de individuos, que pueden ser de dentro o de fuera de la organización y de cualquier nivel de la misma, que se reúnen en torno a una misión común. Asimismo, señalan que gracias a los medios sociales se consigue que un gran número de personas formen una comunidad alrededor de una misión común y contribuyan de manera eficiente y efectiva a conseguir sus objetivos.

Por otro lado, Bradley y McDonald (2016, p. 28) estipulan que un factor esencial que permite el adecuado funcionamiento de una comunidad es la colaboración de masas y esta solo va a ocurrir cuando se cumplan sus características fundamentales como participación de todos sus miembros, transparencia de la información, independencia de poder actuar en cualquier momento sin la necesidad de una autorización, persistencia para mantener una interacción constante y que debe ir adaptándose a la evolución de la comunidad.

Un concepto fundamental dentro de esta investigación va a ser la influencia que genera internet en las organizaciones y el autor que más ha investigado con respecto al tema del ciberespacio es Castells (2001, pp.18-19) en su libro *La Galaxia Internet* señala que la web está modificando al ser humano: “Como la actividad humana está basada en la comunicación e Internet transforma el modo en que nos comunicamos, nuestras vidas se ven profundamente afectadas por esta nueva tecnología de la comunicación. Por otro lado, al utilizar Internet para múltiples tareas vamos transformándola”. De la misma manera, señala que está llevando el conocimiento a los últimos rincones de la tierra y construyendo un lenguaje universal.

Internet es un medio de comunicación que permite, por primera vez, la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a una escala global. Del mismo modo que la difusión de la imprenta en occidente dio

lugar a lo que McLuhan denominó la galaxia Gutenberg, hemos entrado ahora en un nuevo mundo de la comunicación: La Galaxia Internet (Castells, 2001, pp. 16-17).

En esta Galaxia Internet la información es global y todo está cambiando, lo cual ha generado que nuestro Premio Nobel de Literatura, Mario Vargas Llosa, señale que la web no tan solo es el resultado del desarrollo de la humanidad, ni una simple herramienta de la sociedad de la información, sino que en realidad:

Es un utensilio que pasa a ser una prolongación de nuestro propio cuerpo, de nuestro propio cerebro, el que, también, de una manera discreta, se va adaptando poco a poco a ese nuevo sistema de informarse y de pensar, renunciando poco a poco a las funciones que este sistema hace por él y, a veces, mejor que él. No es una metáfora poética decir que la “inteligencia artificial” que está a su servicio, soborna y sensualiza a nuestros órganos pensantes, los que se van volviendo, de manera paulatina, dependientes de aquellas herramientas, y, por fin, en sus esclavos (Vargas Llosa, 2011, p. 18).

Para conocer los orígenes de internet es necesario remontarnos a su proyecto embrionario llamado Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPANET) desarrollado por el Departamento de Defensa de Estados Unidos en las oficinas de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA), que nació con el fin de “estimular la investigación en el campo de la informática interactiva” (Castells, 2003, p. 24). Pero la principal preocupación de los generales norteamericanos era un eventual lanzamiento de misiles nucleares desde el Kremlin contra Wall Street y la Casa Blanca, destruyendo todo el sistema económico y político del país y dejándolo en la ruina. Ante ese posible escenario mandan a elaborar, a la empresa Rand Corporation, un sistema de comunicación flexible y descentralizado, capaz de sobrevivir a tan terrible atentado.

Paralelamente, Leonard Kleinrock, un ingeniero eléctrico graduado en 1957 en el City College de Nueva York, donde obtuvo la licenciatura, contribuyó con el desarrollo de la red de redes a través de su tesis doctoral sobre la teoría del empaquetado de la información en 1962, publicada en forma de libro en 1964.

Kleinrock convenció a Larry Roberts de la posibilidad teórica de las comunicaciones usando paquetes más circuitos, pues los paquetes informativos pueden alcanzar su meta u objetivo por cualquier ruta; es decir, lo importante no es determinar la ruta en una conexión de dos puntos, sino que los paquetes informativos lleguen a su destino. Roberts, que había ya colaborado en 1965 en la conexión de dos ordenadores (el TX2 de Massachusetts y el Q-32 de California) mediante conexión telefónica y que trabajaran a tiempo compartido, se incorporará a ARPA en 1966 para desarrollar el concepto de red de ordenadores. De esta manera, en 1967 son capaces de publicar un plan para construir ARPANET (Lucas Marín, 2000, p. 75).

En septiembre de 1969, el Departamento de Defensa norteamericano, a base de toda la información recopilada y contando con la asesoría de distintos investigadores, decide financiar ARPANET. La construcción del mencionado programa se debe básicamente a que era un medio por el cual se podía mandar los primeros correos electrónicos (creados por Ray Tomlinson en julio de 1970) entre los distintos centros de investigación universitarios con la agencia gubernamental.

En 1971 ya eran 15 CPU unidas y la gran mayoría eran centros de investigación universitarios. En 1972 tuvo lugar la primera demostración de ARPANET con excelentes resultados, durante un congreso en Washington D. C. “El siguiente paso consistió en posibilitar la conexión de ARPANET con otras redes de ordenadores, comenzando por las redes de comunicación que ARPA estaba gestionando: PRNET y SATNET. Esta posibilidad introdujo un nuevo concepto: la red de redes” (Castells, 2003, p. 25). De igual forma, otras instituciones públicas y privadas empezaron a crear sus propias redes.

En 1973 se hace la primera conexión internacional con el University College de Londres. Ese mismo año dos investigadores irrumpen en el escenario: Robert Kahn de ARPA y Vinton Gray Cerf, un científico norteamericano. Este último revisó sus archivos cuando estaban en Network Working Group, un grupo técnico cooperativo formado por representantes de diversos centros de informática, y encontró un diagrama en el cual se establecía un sistema informático universal que permitía conectar distintas redes de computadoras.

Para conseguir que las redes de ordenadores pudieran comunicar entre ellas, eran necesarios unos protocolos de comunicación estandarizados. Durante un seminario de Stanford, un grupo dirigido por Cerf, Gerard Lelann (del grupo de investigación francés Cyclades) y Robert Metcalfe (a la sazón en Xerox PARC), consiguió alcanzar parcialmente este objetivo gracias al diseño del Protocolo de Control de Transmisión (TCP: Transmission Control Protocol). En 1978, Cerf, junto con Postel y Cohen, que trabajaban en la University of Southern California, dividieron el TCP en dos partes, añadiendo el protocolo interredes (IP) y creando así el protocolo TCP/IP sobre el que aún opera Internet (Castell, 2003, p. 25).

Tres años después las autoridades del Departamento de Defensa, obsesionados por posibles intentos de vulnerar su sistema de seguridad, decidieron crear la red MILNET, dirigida exclusivamente a temas militares. En 1984, la Fundación Nacional para la Ciencia (NSF) de Estados Unidos creó su propia red informática de comunicación. En febrero de 1990 ARPANET fue desmontado, el proyecto Internet siguió su camino de la mano de la NSF, pero su administración duró poco ya que tomó la decisión de privatizar la web.

Un capítulo importante en la expansión de Internet ocurrió cuando a inicios de 1989 los científicos del Centro Europeo de Investigación en Partículas de Alta Energía (CERN), ubicado en Suiza, empezó la elaboración de un *software* que permitiría convertir o traducir material, desde cualquier formato, en un lenguaje común de palabras, imágenes y direcciones. El jefe del CERN era Tim Berners-Lee,

físico de la Universidad de Oxford, creó el *line-mode browse*, que permite ver documentos de hipertexto de una manera uniforme desde diversas plataformas de *hardware*. “A partir de agosto de ese año se comenzó a poner los códigos fuente de las librerías básicas del sistema en Internet, dando acceso libre a sus usuarios, que podían bajarlos a sus computadoras para usarlos en la construcción de sus páginas web” (Manrique, 1997, pp. 149-150).

Para Lucas Marín (2000) la cúspide del trabajo de Tim Berners-Lee se vio reflejado en 1992 cuando luego de varios intentos logra consumir su más anhelado sueño “la World Wide Web (WWW) utilizando tres nuevos recursos: HTML (un lenguaje con el que se escribirían las páginas web), HTTP (un protocolo de transferencias) y un programa llamado Web-Browser para navegar por Internet” (p.76).

Gran parte del éxito de Internet no tan solo se debe al desarrollo tecnológico alcanzado, sino esencialmente al empuje decidido de investigadores, los cuales renunciaron a sus codicias y egos personales y decidieron intercambiar información con el único afán de mejorar la vida de las personas.

Otro concepto importante para esta investigación es definir qué cosa es una red social virtual y uno de los conceptos más claros lo realiza Nelson Manrique el cual señala que “es una forma de representar una estructura social mediante el establecimiento de relaciones de muy diverso tipo e intensidad entre conjuntos de actores en función de algún criterio como podría ser la relación profesional, temas comunes de interés, amistad, afinidades políticas, pertenencia a una iglesia, parentesco, etc.” (Manrique, 2016, p.169).

Por otro lado, autores como Carrera (2012, p. 15) señalan que es una estructura social compuesta por individuos y organizaciones, que están interconectadas de diversas maneras y que comparten valores, ideales, amistades, sentimientos amorosos, lazos familiares, etc. De esta forma se han convertido no tan solo en un vehículo que ha potenciado la comunicación de las personas, sino además

en el medio preferido por los jóvenes ya que simplifica la interacción, sin necesidad de tener un contacto o vínculo directo con el grupo.

Asimismo, otros autores establecen que las redes sociales virtuales ponen énfasis sobre diversos aspectos personales y muestran otras facetas de las personas como suscriben Arnao, J. y Surpachin, M. (2016, p. 25) “tienen un efecto desinhibidor en los usuarios debido a que uno puede establecer relaciones desde el anonimato, sin necesidad de contacto visual y sin la emoción desagradable que genera ser honesto, abierto y expresar emociones sobre asuntos personales”.

Una de las redes sociales virtuales que más impacto ha generado es Facebook, creado por Mark Zuckerberg, en la residencia universitaria en Harvard, en el año 2003, su principal objetivo era hacer que el mundo esté más conectado y sea más abierto. Pero antes de lanzar su proyecto más famoso, en ese mismo año, ya había realizado otras propuestas innovadoras como Course Match, con la cual generó más de una reacción en la comunidad universitaria. De acuerdo a Kirkpatrick (2011, p. 30) “la idea consistía en ayudar a los estudiantes a elegir asignaturas basándose en los otros alumnos que las habían elegido. Podías seleccionar una asignatura para ver quien se había apuntado, o seleccionar una persona para qué asignaturas había elegido”

Pero en realidad esta no fue su primera creación. Cuando tenía tan solo “12 años Mark le hizo a su padre dentista una aplicación que le advertía que un paciente esperaba en la sala (Zucknet)” (Martín del Barrio, 2012: web). Luego de ver la utilidad de sus ideas empezó a elaborar nuevos proyectos, por tal motivo cuando llegó a la universidad su primer objetivo fue erigir Course Match. Posteriormente, decide diseñar uno nuevo con el cual buscaba descubrir quién era la persona más carismática del campus, es así como nace Facemash, el sistema era simple, mostraba dos rostros diferentes y el usuario calificaba cual le caía mejor. Las fotos eran sacadas de los llamados Facebook (directorios de estudiantes) que había en cada una de las residencias universitarias en Harvard.

Pero las quejas no tardaron en llegar entre los mismos estudiantes, sobre todo una asociación de mujeres, quienes desaprobaban su trabajo considerándolo de racista y sexista. Inclusive recibió una sanción por parte de la junta disciplinaria administrativa de Harvard quienes lo acusaron de violar el código de conducta por la manera en que su página web alteraba la seguridad, los derechos de autor y el derecho a la privacidad. Lo sentenciaron a visitar a un psicólogo y a disculparse ante todas las personas ofendidas.

Las reacciones provocadas por cada uno de sus experimentos informáticos determinaron el camino por el cual debía seguir. Por tal motivo, un 11 de enero del 2004 se conectó a Internet y pagó a Register (una página web donde se registraba los nombres de todos los portales nuevos) 35 dólares para separar la dirección electrónica thefacebook.com durante un año. Hasta que el 4 de febrero lo lanzó oficialmente al ciberespacio. El portal recogía elementos de Course Match y de Facemash, pero además tenía elementos de una web a la cual Marck era usuario, Friendster. Este último era una red social donde los participantes creaban un perfil con datos, aficiones, gustos musicales y otra información personal. Algo semejante había aparecido en el ciberespacio y se llamaba My Space. Sin embargo, ambas empezaban a sufrir de problemas de descarga, volviéndose lentas y difíciles de usar.

En unas declaraciones de Zuckerberg a Kirkpatrick (2011) señalaba que el proyecto empezó sencillamente como una manera de ayudar a la gente de Harvard a compartir más cosas, para que pudieran ver más de lo que ocurría en la universidad:

Quería hacerlo de manera que se facilitara el acceso a la información de cualquiera y que cualquiera pudiera compartir la información que quisiera. El nuevo servicio para los alumnos de Harvard no era una página [...] como el Friendster, sino una herramienta de comunicación muy básica pensada para solucionar el problema de cómo seguir en contacto con tus compañeros y saber lo que ocurre (p. 40).

Los primeros usuarios colocaban una fotografía y su información personal, como estado sentimental, dirección, teléfono, *email*, clases a la cuales asistían en Harvard, además de las preferencias personales como música, libros, películas, orientación política, series de televisión y una frase favorita.

El nivel de aceptación fue tan impresionante que en ese mismo mes abrieron el servicio para los estudiantes de la universidad de Columbia, Stanford y Yale, quienes estaban trabajando en proyectos similares, pero sin resultados concretos. El impactante resultado obtenido con la red social virtual empezó a generar un interés enorme en inversionistas, en una de esas reuniones, un financiero ofreció a Zuckerberg diez millones de dólares por la empresa. Mark acababa de cumplir veinte años y ni por un minuto se planteó seriamente aceptar la oferta.

En el año 2006, según Kirkpatrick (2011, p. 222), Terry Semel, director de Yahoo, se encontraba sumamente preocupado por la cantidad de usuarios que perdía su portal y ganaba Facebook así que buscó una reunión con Mark para comprar su empresa, ofrecía pagar mil millones de dólares. No obstante, los resultados económicos de Yahoo en el segundo semestre preocuparon al director, ya que una compra tan grande por una empresa con tan pocos ingresos podría perjudicarlo terriblemente; por tal motivo decidieron rebajar su oferta inicial en 850 millones, lo cual generó un rotundo rechazo.

Posteriormente Zuckerberg y todo su equipo hicieron cambios al portal de Facebook y le agregaron nuevos elementos como el etiquetado de fotos, pero los usuarios exigían muchos más, por eso deciden crear una plataforma para que los miembros de la red construyan aplicaciones para Facebook. El objetivo era crear un sistema operativo estándar y libre para todos, de esta manera cada participante descargaba las herramientas que requería para su trabajo.

A partir del 11 febrero del 2008 empieza a surgir la versión en español, la cual tuvo una aceptación muy rápida entre los cibernautas latinos. Asimismo, empiezan su expansión lanzando versiones en francés, alemán y otros idiomas, el

propósito era llegar a la mayor cantidad de cibernautas del mundo para consolidarse en el mundo virtual.

La máxima expresión del real impacto de Facebook en la población se ha visto en el 2009, cuando un grupo de ciudadanos de Egipto se organizaron a través de la red social para reunirse y protestar contra un proyecto de ley que limitaría el ancho de banda a los usuarios de Internet, las autoridades tuvieron que retroceder ante la protesta ciudadana. Al año siguiente sucedieron los acontecimientos de la llamada Primavera Árabe donde Facebook y Twitter jugaron un rol fundamental porque a través de las mismas la población se comunicaba y también transmitía al mundo lo que verdaderamente estaba sucediendo.

Para investigadores como Kirkpatrick (2011) la red social Facebook ha dejado de ser un simple muro virtual donde la gente decía cosas absurdas o sin sentido para ser el primer lugar en donde las personas descontentas “de todo el mundo llevan sus quejas, activismo y protestas. Estas campañas en Facebook funcionan porque sus herramientas de comunicación viral permiten que mucha gente se entere de un asunto y se agrupe rápidamente” (p. 346).

El rápido crecimiento de Facebook es una muestra clara de la constante comunicación que tiene el ser humano con otras personas y como internet ha permitido extenderlo a nivel mundial. De la misma manera, es un reflejo de su búsqueda constante por formar comunidad alrededor de sus ideas o principios. Para Castells (2011), las redes sociales virtuales son resultado de tres rasgos fundamentales:

El primero, la flexibilidad, las redes pueden reconfigurarse en función de los cambios en el entorno, manteniendo su objetivo, aunque varíen sus componentes; el segundo, la adaptabilidad, pueden expandirse o reducir su tamaño con pocas alteraciones; el tercero, la capacidad de supervivencia, al no poseer un centro y ser capaces de actuar dentro de una amplia gama de configuraciones (p. 30).

2.2. Antecedentes de investigación

En la revisión bibliográfica no he encontrado un libro que aborde los mismos temas, pero he encontrado investigaciones que desarrollan el tema del grado de influencia que generan las redes sociales virtuales sobre la comunidad, como el trabajo desarrollado por Candón-Mena (2014) donde menciona acerca del movimiento de 15-M que surge en España, el 15 de mayo del 2011, protesta convocada por redes sociales virtuales y a partir de esa primera manifestación aparecen nuevas concentraciones, ocupaciones de edificios, marchas, talleres, bloqueos.

La protesta inicial surge como respuesta, por un lado, a las consecuencias de la crisis económica y, por otro, al desencanto de amplias capas de la población respecto a la clase política española. El lema de la protesta “No somos mercancía en manos de políticos y banqueros” apunta en ambos sentidos. Además del descontento, antecedentes de protestas como las de Francia, Grecia, Portugal o el Reino Unido, la revuelta islandesa y especialmente la primavera árabe inspiran y contagian a los jóvenes españoles (Candón-Mena, 2014, p.108).

Asimismo, el investigador español señala que el uso de las redes sociales virtuales así como el de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) para convocar a las personas y luego difundirlo e invitar a más ciudadanos a participar en el evento fue fundamental para el objetivo de los organizadores. “Además evidencian el papel determinante que vienen adquiriendo las TIC para los movimientos sociales que actúan en todo el mundo, así como el desarrollo táctico de las TIC por parte de esos movimientos” (Candón-Mena, 2014, p. 109).

Por otro lado, señala que son una herramienta fundamental para mostrar en fotos o videos, la injusticia percibida de una crisis no solo económica, sino también política

y cultural. De esta forma, las redes sociales virtuales son una vitrina pública donde las personas pueden gritar su enojo y furia frente a la situación que están viviendo.

Una muestra de ello es la creación de la cuenta de Facebook de la Plataforma de Coordinación de Grupos Pro-movilización Ciudadana, antecedente de Democracia Real Ya, supone ya un trabajo militante en el que el germen del movimiento ya estará en marcha. Una actividad que se desarrollará casi por completo en internet antes de dar el salto al espacio público en la etapa visible que comenzará el 15 de mayo (Candón-Mena, 2014, p.108).

Otro aspecto que señala el autor es que no tan solo es un elemento de difusión, sino que además se utiliza su lenguaje y los símbolos de internet para dar un discurso que todos entiendan de manera simbólica como las caretas de Anonymous, pancartas que copian el lenguaje informático, etc.

También señala el investigador que internet encarna los valores de los manifestantes, especialmente de jóvenes, a los cuales les gusta mostrar su disconformidad frente a los problemas sociales y que no se identifican con los partidos políticos tradicionales a los cuales les tienen rechazo y desconfianza.

Para la autora Pinzón (2016) en su trabajo “La incidencia del movimiento de los indignados de España en el surgimiento de Occupy Wall Street de Estados Unidos como movimientos transnacionales”, afirma que la difusión de los sucesos ocurridos en España en los medios de comunicación de todo el mundo significó una reacción a nivel mundial, especialmente en Europa y generó una serie de eventos similares en otras partes del mundo.

Las manifestaciones del 15-M no fueron las únicas que se produjeron en el año 2011. Después de unos meses de las primeras acampadas en España, la organización Adbusters³ publicó mediante su revista una convocatoria que incitaba a estadounidenses a pronunciarse. En este sentido se fue originando otro movimiento en Estados Unidos, Occupy

Wall Street (OWS). Este movimiento también impulsaba a los ciudadanos inconformes a salir a “ocupar” lugares públicos de la ciudad de Nueva York. Las primeras concentraciones se llevaron a cabo frente al City Hall para protestar por las medidas de austeridad del alcalde Michael Bloomberg (Pinzón, 2016, p. 11).

Ambos reclamos ciudadanos empezaron en las redes sociales virtuales, primero como debate para luego pasar a convertirse en actividades como acampadas, marchas y protestas. Siempre escogiendo lugares representativos de cada ciudad, en el caso de los Estados Unidos, Wall Street.

Por lo tanto, se puede denotar cómo los dos movimientos tienen similitudes que caracterizaron la ola de manifestaciones que se originaron durante el año 2011. Su origen como consecuencia de la corrupción financiera, el descontento por falta de oportunidades, la limitada participación de las mayorías en la toma de decisiones, así como las reivindicaciones sociales y políticas que exigían, la manera en la que se desarrollaron las protestas, el asentamiento de los grupos en los lugares más simbólicos de las ciudades y el método de difusión, son una muestra del vínculo existente entre los dos grupos (Pinzón, 2016, p. 14).

Para la investigadora española el 15-M y OWS ambos sucesos buscan cumplir un objetivo en común, ser reivindicados como ciudadanos en sus derechos y que las futuras decisiones pasen a beneficiar a toda la población y no solamente a un pequeño sector económico o social. Asimismo, señala que son un ejemplo de acción colectiva, que crea su propia forma organizacional y se propone subsistir a través del tiempo hasta culminar con el objetivo de modificar aspectos de la sociedad. “Tienen características específicas como el deseo de constituir un sujeto que transmita las reivindicaciones del colectivo, poseen reclamaciones que al ser transmitidas y escuchadas por el objeto se convierten en un instrumento que fortalece a la organización social” (Pinzón, 2016, p. 14).

El investigador estadounidense Lawrence (2013) señala que un factor determinante en la influencia que tuvo el 15-M en el OWS, se debe al grupo de extranjeros españoles presentes en Estados Unidos, los cuales dieron las estrategias para ocupar Wall Street. Estos inmigrantes expusieron sus ideas y se reunieron por primera vez en la Universidad de Columbia, en donde dialogaron sobre los movimientos sociales que se habían originado durante el año 2011.

Desde el 13 de agosto al 10 de septiembre de 2011, asistí a los encuentros de la Asamblea General de Nueva York (AGNY) en el parque de Tompkins Square, en Manhattan. En estas “asambleas generales” semanales, abiertas a cualquiera que quisiera participar, un grupo de unas cincuenta o sesenta personas planeó la acampada y la ocupación de Wall Street prevista para el 17 de septiembre. Fui, por tanto, testigo de la prehistoria de Occupy Wall Street, aunque reconozco que fue más por curiosidad que por convicción... Las asambleas previas a Occupy Wall Street me abrieron los ojos, pero como aún me resistía a intervenir en los debates y en las deliberaciones tácticas, me limitaba a intercambiar opiniones con otros participantes antes y después de las asambleas (Lawrence, 2013, p. 55-56).

Para el autor norteamericano las redes sociales virtuales ofrecen una nueva forma de entender la relación de lo individual con lo colectivo. Estas tecnologías permiten dejar el anonimato para formar parte de un colectivo que tiene tus mismas inquietudes, alegrías, tristezas y frustraciones. A pesar de estar físicamente alejados, pero virtualmente unidos y con la posibilidad de interactuar, está generando un cambio por completo en las estructuras sociales convencionales.

Una investigación que toca el tema de la problemática juvenil es la titulada *Valores, afectos y motivaciones en grupos juveniles*, de las autoras María Ángela Cánepa Cisneros y Rosa Ruiz Secada, donde explican que los grupos juveniles tienen su propia particularidad, pero tienen como similar característica la necesidad de un

encuentro afectivo y personal, la urgencia de volcar sus experiencias y dolores que no habían sido compartidos antes.

Igualmente, señalan que muchos se unen basándose en objetivos comunes, pero con independencia, respetando su libertad y sus tiempos. “Sin embargo, la satisfacción de la necesidad de hacer cosas juntos, compartir, sentirse útiles, servir a otros es también una experiencia que provee de organización interna, de vínculos significativos y de significado personal, al sentirse reconocidos y útiles” (Cánepa y Ruiz, 2003, p. 9).

Las autoras María Ángela Cánepa Cisneros y Rosa Ruiz Secada realizaron entrevistas a un grupo de 30 jóvenes limeños, entre los 19 y 21 años, de los distritos de Comas, Los Olivos, San Juan de Lurigancho y San Juan de Miraflores, donde obtuvieron como resultado que la característica más importante es el deseo de estar siempre juntos convirtiéndose la otra persona en un reflejo de sí mismo, es decir una imagen en el espejo.

Otro trabajo que menciona a la juventud limeña es el titulado *Jóvenes e internet, la cultura de las TIC*, de los autores María Teresa, Sandro Marcone y Roberto Anguis, donde exploran el proceso de interacción entre sus miembros y como van adaptándose a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC).

Los adolescentes se comunican de múltiples maneras con sus pares, a través de internet, el celular, MSM, Facebook, introduciendo nuevas formas de comunicación a las del encuentro personal. Es decir, se ha creado un espacio de comunicación que no es presencial, que es virtual, pero donde hay interacción y eso no existía antes... También encontramos que hoy día a través de Facebook las personas tienen cientos o miles de amigos, pero se trata de relaciones efímeras, esporádicas, con poco compromiso con el otro, salvo que haya un acuerdo particular (Quiroz, 2012b, p. 25).

Otra investigación relacionada con los cambios que se están presentando actualmente en las organizaciones es el titulado *Un lugar sin límites*, desarrollado por María del Pilar Tello, donde señala cómo las redes sociales virtuales han modificado, cómo se relacionan los seres humanos, pero especialmente en el campo laboral y en el plano empresarial.

Tanta influencia tiene Twitter, Facebook y Youtube, que empresas y políticos se sienten obligados a contratar una persona que las conozca en profundidad al que llaman community manager. Como hay especialistas en *marketing* y en relaciones públicas, existe el experto en entender cómo vienen las conversaciones en las redes sociales (Tello, 2011, p. 144).

Del mismo modo, afirma que este diálogo o conversación que existe entre los usuarios de las redes sociales, permite mejorar diversos aspectos dentro de las organizaciones, pero por otro lado sostiene que se ha institucionalizado una farsa social, donde las personas muestran una imagen completamente diferente de lo que son realmente.

Para la autora el éxito de Facebook radica en la facilidad de su funcionamiento y en los múltiples elementos que tiene, como video, fotos, audios y el popular me gusta. Sin embargo, el usuario al indicar sus preferencias y ofrecer su información personal, está regalando datos valiosos, los cuales convierten a esta red social virtual en un gran “negocio y va cada día mejor, aunque no muestre demasiados escrúpulos en el tratamiento de la rentable industria de la intimidad que lo ha hecho fácilmente multimillonario” (Tello, 2011, p. 147).

Otra de las investigaciones que tiene una vinculación con el tema planteado es el titulado *Uso y abuso de las redes sociales digitales en adolescentes y jóvenes*, trabajo realizado por Jorge Arnao Marciani y Mijail Surpachin (2016), en el menciona como las redes sociales virtuales están potenciando nuestras relaciones sociales, señala que son “las que dan sentido a las interacciones, mientras que los

servicios como Facebook se montan sobre estas redes, a las que potencian, alteran y a veces agrandan, pero no son las redes en sí mismas” (p. 30).

Para el autor, internet es una gran herramienta que ha permitido el desarrollo del ser humano, pero ha generado un impacto muy fuerte, siendo la población más sensible los jóvenes, quienes al usarla de manera desmedida y con poca o nula autorregulación han despertado en ellos un comportamiento compulsivo y en algunos casos adicción.

Asimismo, señala que en la actualidad los adolescentes están constantemente activos en las diversas redes sociales, convirtiéndose en casi una necesidad, ansiosos por sentirse dentro del grupo y manejar el mismo lenguaje que la mayoría. Consiguiendo de esta manera estar al tanto de lo que los demás hacen, dicen, publican y comentan en las redes sociales virtuales.

Una investigación que muestra el impacto que tienen las redes sociales en el desarrollo de una organización es el titulado *Efecto del uso de redes sociales virtuales en mujeres empresarias del Perú*, de los autores Contreras, F.; Gomero, F; Herrera, D. y Quijano, L. donde se señala que las redes sociales virtuales se han convertido en una herramientas digital de mucha eficacia, pues permite mostrar un trabajo a nivel mundial, asimismo, es una pieza esencial para realizar cualquier campaña publicitaria porque tiene la facilidad de incluir audio, fotografía y video.

Por otro lado, los mismos autores señalan que el uso constante de redes sociales virtuales, como Facebook, está cambiando a las empresas, que tienen que sacar su cuenta y publicar de manera permanente, esto se debe principalmente “al crecimiento de su popularidad principalmente en la fuerza laboral más joven” (Contreras, F. *et al*, 2015, p. 37).

Además, señalan que el uso adecuado de las redes sociales virtuales por parte de los empleados, puede convertirse en una herramienta muy útil para el crecimiento de la empresa, ya que permite que los colaboradores muestren los beneficios de la organización. “Actualmente, numerosas empresas están sacando provecho del poder

de conectividad con el fin de mejorar la productividad, la innovación, la colaboración, la reputación e incluso la identificación de los empleados con la empresa” (Contreras, *et al.* 2015, p. 50).

De acuerdo a la investigación de los autores, en el caso de las mujeres empresarias peruanas, se ha encontrado que las redes sociales virtuales, son un instrumento digital con el cual pueden promocionar un producto o servicio a muy bajo costo. Además, tienen un gran impacto, porque no solo se muestran fotos y audio, sino que se pueden incluir declaraciones de una persona en video o hacer transmisiones en vivo, de esta manera se llega al público objetivo con un mensaje claro y directo.

También, afirman que el uso constante de las redes sociales virtuales, permite establecer una relación más directa con sus clientes, acercándose más a sus consumidores, de esta manera se puede conocer sus críticas para mejorar la calidad del servicio o producto. El hecho de tener una buena interacción y aceptar las sugerencias genera buenos comentarios.

De esta manera se va construyendo poco a poco una comunidad al mismo tiempo que acerca la empresa con los clientes, por lo que es más lógico y racional elegir una organización que se interese por las necesidades, preferencias y gustos de los clientes mejorando el producto según sus indicaciones (Contreras, *et al.* 2015, p. 87).

Por otro lado, señalan los autores que gracias a Facebook las mujeres empresarias han logrado proyectar una imagen positiva. De este modo, les permite tener una comunicación más fluida y directa con los proveedores y clientes externos e internos; además de ser una herramienta digital de bajo costo, sumamente sencilla, que permite difundir información relevante de la empresa a millones de personas a nivel mundial.

2.3. Historia de la Organización Cultural Arena y Esteras

El gran proceso migratorio de los peruanos que vivían en el campo y que luego se trasladaron a las zonas urbanas de la costa cambió por completo la estructura social de una capital en pleno proceso de urbanización. Esta gran población fue solicitando una vivienda donde instalarse para construir un futuro diferente, al no ser atendidas sus demandas, empiezan las primeras invasiones en las zonas más alejadas de Lima, dando inicio a los primeros distritos en los grandes conos de la Ciudad de los Reyes.

Investigadores como Portocarrero, F.; Sanborn, C.; Cueva, H. y Millán, A. (2002) en su libro *Más allá del individualismo: el tercer sector en el Perú*, afirman que este proceso no solo significó un cambio “en la fisonomía social de las ciudades, sino también un cambio profundo en los propios migrantes, esto es, su ingreso en los complicados caminos de la modernidad urbana y multiétnica, de su cholificación” (p. 115).

De esta forma es como empieza a aparecer una población obrera que todos los días se traslada de la periferia a los distritos donde se encontraban las fábricas, originando una nueva clase social que trae consigo las costumbres ancestrales del campo, como la minga, que significa el trabajo colectivo con el objetivo de ayudar a la comunidad, dando inicio a las primeras obras de luz, agua, desagüe y de locales comunales.

Investigadores como Panfichi y Alvarado (2009) en su trabajo *Desconfianza y control: ONG y política en el Perú*, señalan que la aparición de nuevos líderes barriales, los cuales dieron el punto de partida a nuevos partidos políticos, significó el camino para empezar “a desafiar las bases sociales, políticas y económicas del poder de la oligarquía, demandando la realización de reformas democratizadoras” (p.7).

En medio de ese escenario a mediados de los años sesenta, aparecieron las organizaciones no gubernamentales (ONG), las cuales brindaron ayuda sumamente importante, puesto que ofrecieron asistencia técnica y legal para la formación de las

primeras asociaciones de viviendas, así como apoyo social a los sectores económicos más desvalidos, ya que ni las instituciones públicas ni las privadas fueron capaces de satisfacer la demanda de los nuevos limeños.

Investigadores como Portocarrero, F.; Sanborn, C.; Cueva, H. y Millán, A. (2002) afirman que: “La razón de ser de las organizaciones privadas sin fines lucro es la provisión de bienes y servicios públicos y cuasi públicos cuando tanto el mercado como el Estado han fracasado previamente en suministrarlos” (p. 22).

De acuerdo a la investigación de Panfichi y Alvarado (2009) las primeras dos organizaciones que se crearon en la Lima fueron el Instituto de Estudios Peruanos (IEP) en 1964 y el Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo (DESCO) en 1965, que comenzaron a dar prioridad sobre puntos esenciales como la investigación académica y la promoción del desarrollo económico de la comunidad.

Estas ONG se caracterizaron por estar formadas, principalmente, por profesionales de izquierda de clase media y católicos progresistas, varios de ellos formados en colegios y universidades de influencia jesuita. La primera se especializa en la investigación académica de alto nivel concitando el apoyo de universidades sobre todo americanas e inglesas y fundaciones privadas como la Fundación Ford. La segunda por otro lado, estuvo desde un inicio más orientada a la promoción del desarrollo, con fuentes de apoyo económico europeo y vinculado directa o indirectamente a la Iglesia católica (Panfichi y Alvarado, 2009 p. 7).

Para esta investigación se realizó un análisis de la Asociación Artística y Cultural Arena y Esteras, ubicada en la ciudad de Lima, en el distrito de Villa El Salvador. Esta organización es un referente para toda su comunidad, porque a lo largo de estos 27 años de funcionamiento se ha convertido en una fuente de cultura y entretenimiento.

El surgimiento de esta asociación empezó en un contexto sumamente complicado en la década de los noventa cuando el grupo terrorista Sendero Luminoso (que había iniciado sus actos de violencia, el 17 de mayo de 1980, quemando las ánforas electorales, en Chuschi, Ayacucho) estaba avanzando con sus crímenes en la capital. De acuerdo al sociólogo Nelson Manrique (2015) los atentados ocurridos en la capital correspondían a un plan que tenía varias fases siendo la primera: “La oleada violentista programada para cerrar la segunda campaña de su V plan se realizó en febrero de 1992 e incluyó múltiples atentados en la capital, así como el asesinato de varios dirigentes populares entre ellos la heroica María Elena Moyano” (Manrique, 2015, p. 227).

Este crimen execrable cambió por completo a toda Villa El Salvador, varios de sus dirigentes estaban aterrorizados, dejando de participar en las actividades comunales y muchos pobladores decidieron quedarse callados. Por otro lado, tenían un dolor muy grande, porque era la presidenta de la Federación Popular de Mujeres de Villa El Salvador:

Por otro, implicaba la muerte política del grupo terrorista, pues las mayorías populares reaccionaron alzándose contra un hecho que no tenía alegato: asesinar a una persona tan querida por el pueblo era ir contra este, no su opuesto, como pretendía ser el discurso del PCP-SL. (Arena y Esteras, 2016, p 19)

Arturo Mejía (comunicación personal, 2 de enero, 2018), fundador de la organización, relata que las personas vivían atemorizadas, encerradas en sus casas y no dejaban que sus hijos vayan a la escuela por temor de ser asesinados. Por tal motivo, deciden juntarse con la finalidad de llevar un mensaje de esperanza y alegría y de esta forma impulsar a que los niños regresen a las escuelas. De acuerdo al documento “¡Por derecho la Sonrisa!”, de autoría de Arena y Esteras (2016) se señala que:

Recorriamos las calles para convocar la confianza que nos había arrebatado la violencia. Jugar con los niños en cada parque central,

hacer títeres con papel usado o pintar con crayolas los miedos y sueños, fueron los primeros pasos de una ruta en la que no nos sentíamos artistas, sino dirigentes con un nuevo modo de llegar a la población. Idear nuevos discursos desde lo lúdico, lo creativo y colorido, fue la piedra angular que cimentó el nacimiento de Arena y Esteras (p.21).

De esta manera es como nace Arena y Esteras, un 29 de marzo de 1992, en las primeras reuniones de sus fundadores solo se establecía en qué unidad vecinal harían el pasacalle, sin considerar los riesgos que se exponían si ocurría un atentado terrorista. Por otra parte, los ciudadanos los recibían con alegría, ya que los payasos y los zancos arrancaban una sonrisa a las personas, posteriormente invitaban a que los niños participen en los talleres, inclusive se creó festivales y pasacalles que se llevaron a diversas zonas de Villa El Salvador.

Para Arturo Mejía, este modo de presentarse danzando, con payasos y muñecos, ante toda la comunidad, era una forma de demostrar que la vida continúa, que a pesar de todos los problemas es importante mirar la vida con optimismo, asimismo, era toda una estrategia educativa comunicativa, que buscaba rescatar los valores de unidad y esfuerzo para salir adelante.

Realizar cualquier representación teatral permite a las personas, primero, potenciar su capacidad de aprender cosas de manera más rápida y, segundo, mejorar su vocalización y desenvolvimiento frente a desconocidos. Despierta su creatividad para superar obstáculos. Además de elevar su autoestima, ayuda a mejorar su nivel de socialización, así como disminuye su timidez y su inseguridad.

En un inicio, Arenas y Esteras tenía como premisa esencial que la población tome conciencia de temas tales como defensa del medio ambiente, cuidar su comunidad, defensa de los derechos humanos, conocer, respetar y sentirse orgullosos de su interculturalidad, además de realizar manifestaciones a favor de la cultura de paz en rechazo al terrorismo. Como bien señala Arturo Mejía (comunicación personal, 2 de enero, 2018):

Nuestro compromiso era de llevar alegría a los niños, era lo que nos tocaba hacer en este momento. Luchar por lo que es nuestro a pesar de los militares o los senderistas. Algunos dirigentes vecinales nos apoyaban y otros nos decían que no realicemos ninguna actividad, que era peligroso, pero la nariz roja tiene su propio lenguaje. (Mejía, 2018).

Después de los dos primeros años se consolidan y empiezan a ser reconocidos por su trabajo. Recién en el año 1994, comienza una nueva etapa, porque deciden participar en la Muestra Nacional de Teatro, donde reciben un premio por la presentación que realizan. Este acontecimiento generó la consolidación del grupo, dando inicio a una temporada de presentaciones a lo largo de varias ciudades del país.

En el año 1995, la institución ganó un crédito que permitía financiar una idea de negocio, surge la iniciativa de una tienda denominada Arlequín y ofrecían diversos servicios como filmación y animación infantil, se cobraba por pasacalle o show especiales. Además, ofrecían a los vecinos el servicio de alquiler de películas. A pesar de que el negocio no daba mucho, permitía a sus integrantes generar recursos y con esos ingresos comprar materiales para las obras de teatro.

A los dos años siguientes cierran la tienda, ya que los estaba absorbiendo demasiado y estaba dejando de lado la ejecución de festivales y actividades de proyección comunitaria. Además, ganaron un contrato, con el Ministerio de Salud, donde se comprometían a pintar 300 murales en las diversas postas médicas de todo Lima, para ejecutarlo contrataron a diversas personas y lo desarrollaron en varias etapas, concluyendo dos años después. A raíz de la ganancia generada por realizar este trabajo es que deciden comprar un lote de terreno y luego construir una casa cultural comunitaria llamada Arena y Esteras,

La construcción de su local se logró gracias al gran esfuerzo y colaboración de todos sus integrantes, durante ese periodo cada uno de sus miembros se encargaba de

realizar las labores domésticas, como limpiar, lavar, cocinar e inclusive dormían en el local para evitar robos. Una vez concluida la construcción deciden dictar talleres para los niños, adolescentes y jóvenes. A partir del año 1999 vuelven a poner en escena la obra llamada *Arenas de Villa*, creada por ellos mismos y que cuenta la historia de Villa El Salvador.

La obra *Arenas de Villa*, fue uno de los trabajos más representativos, pues reflejaba el nacimiento de la comunidad, asimismo, mostraba cómo a través del trabajo solidario de sus pobladores se logró alcanzar las metas que se propusieron. De esta forma es como empieza a crecer su elenco y deciden participar en la siguiente Muestra Nacional de Teatro, donde nuevamente reciben un premio por su trabajo.

En el año 2000 ocurre un cambio, los directores deciden por primera vez realizar un trabajo en conjunto con otras cuatro organizaciones, denominado Chibolos Unidos, el cual consistía en convocar a los alumnos de las escuelas para usar su tiempo libre en actividades como teatro, circo, danza, música, zancos, para ello se hacía una miniferia dentro del colegio y luego se invitaba a la casa cultural. De esta manera lograron una gran cantidad de participantes y los mayores apoyaban a las nuevas generaciones que se iban incorporando, surgiendo un buen equipo de trabajo.

Para Arturo Mejía, estas nuevas actividades marcaron el comienzo de una nueva etapa, ya que se sistematizó, ordenó y llevó la propuesta de Arena y Esteras a otros lugares, denominándola Escuela Rodante, la cual se realizaba todos los años en las diversas zonas de Villa El Salvador.

En el año 2002 empezaron a realizar giras a nivel internacional, logrando diversos premios y con todo el dinero ahorrado fueron adquiriendo más instrumentos para las obras de teatro, aparte de comprar más material de construcción para el mejoramiento de la casa.

En el año 2005 se lanzan a competir en diversos concursos fuera del país, logrando que tres obras fueran reconocidas. Asimismo, en ese año tomaron la decisión de ordenar financieramente la organización. Una de las decisiones fue que todos los ingresos generados se dividirían en dos partes, la primera, para el mantenimiento de la casa; la segunda, dividir la ganancia entre sus integrantes. Esta manera de actuar, de darle prioridad a los intereses del grupo por encima de los personales es parte del enfoque denominado cooperativismo.

Posteriormente, se empieza a revisar la necesidad de un promotor cultural que se encargue de realizar los trámites con las diversas entidades nacionales e internacionales, para que ordene todo lo relacionado con los documentos administrativos. De esta manera es que surge la necesidad de tener un organigrama donde estén definidas las funciones de cada uno de los miembros de la organización. Por otro lado, se toma la decisión de asignar un monto a cada integrante, de 200 soles, además de separar el dinero para el mantenimiento de la casa.

A partir del año 2007 se empieza a realizar obras de teatro de creación colectiva, algunos de los títulos son: *La carreta de los sueños*, *Arenas de villa*, *Leyendas y malabares*, *Urpila*, *Moho*, entre otras. Además, se han realizado coproducciones con grupos de teatro del extranjero, muchos de los cuales se quedaban hospedados en la casa cultural y luego dictaban talleres para los adolescentes y jóvenes.

En los años posteriores se dedicaron a impulsar varios festivales, dentro de ellos se encontraba el de arte y memoria, donde realizaban varias representaciones con la colaboración de los niños. El otro festival era sobre el circo, que consistía básicamente en mostrar a los niños y adolescentes todas las acrobacias y trucos que hay en el circo. Todos se realizan en la casa cultural y luego lo llevaban a diversos barrios.

Desde el año 2010 hacia adelante han logrado consolidarse, dentro de Villa El Salvador, como una organización promotora del arte. Asimismo, han logrado

participar en diversos concursos de teatro a nivel nacional e internacional, de cuyas participaciones han recibido una serie de reconocimientos por su trabajo.

Los fundadores de Arena y Esteras decidieron incursionar en internet a partir del año 2008 y crearon un blog, para este medio utilizaron una plataforma virtual gratuita llamada Blogspot.com. Esta página web funcionaba como un diario de la institución donde mostraban sus principales actividades acompañadas de fotografías. La actualización era permanente y respondía a los comentarios de sus seguidores. Sin embargo, se dieron cuenta de que necesitaban involucrarse más en el ciberespacio, es así como deciden incursionar en una de las redes sociales virtuales que estaba en mayor crecimiento, como Facebook, 28 de abril de 2010, para esto crean una cuenta donde colocan el logo principal de la asociación y empiezan a publicar sus primeras notas acompañadas de sus respectivas imágenes.

Para Arturo Mejía la prioridad de tener un blog era por ser una herramienta de difusión de sus actividades, en este espacio virtual colgaban toda la información de la organización, así como fotos de los talleres que dictaban. Luego, por comentarios de amigos, deciden sacar una cuenta Facebook, con el mismo objetivo, en esa primera etapa se colgaba la misma información.

El problema era el tiempo que requería subir la información tanto del blog, como de la cuenta de Facebook. Por eso, todos los fundadores se fueron turnando y colgando información cada vez que tenían tiempo.

2.3.1. Estructura organizacional de Arena y Esteras

La Organización Cultural Arena y Esteras es una institución que en estos 27 años ha pasado por una serie de cambios, pero gracias a los principios y valores de sus fundadores se ha logrado consolidar como una entidad líder en Villa El Salvador.

Para conocer su estructura organizacional es necesario hacer un análisis de todo lo relacionado a sus principios como organización, para ello hay que revisar su visión, la cual señala lo siguiente: Soñamos y trabajamos por construir una sociedad

justa, inclusiva y emprendedora. Para lograrlo buscamos consolidar una propuesta artística y pedagógica basada en la organización comunitaria, la acción intercultural y la participación juvenil (Arena y Esteras, 2011a).

Esta visión es el cimiento donde radica toda la fortaleza de la institución, que es conseguir una sociedad más justa, inclusiva y emprendedora. Como misión señala lo siguiente:

Somos Arena y Esteras, organización de artistas, educadores y líderes comprometidos con nuestra comunidad. Proponemos una forma de ser y hacer arte que contribuya al desarrollo humano y la transformación social. Por ello, nuestras acciones están dirigidas a las poblaciones más vulnerables (Arena y Esteras, 2011a).

Esta misión permite recordar lo esencial que es impulsar el desarrollo humano por medio del arte, poniendo especial énfasis en las poblaciones más vulnerables como son los adolescentes y los niños. Dentro de los valores de la organización se señalan los siguientes:

Compromiso social y político; nos consideramos artistas líderes, asumimos nuestra labor como activismo social y político desde el arte. Nuestra práctica artística se sustenta en el momento histórico y social que vivimos, el cual queremos transformar de las injustas desigualdades existentes (Arena y Esteras, 2011a).

El compromiso que tienen sus integrantes es de realizar un cambio social por medio del arte, con el objetivo de transformar las desigualdades que viven los adolescentes y jóvenes.

En la actualidad, la organización está constituida por 6 socios directivos y cada uno de ellos tiene un área a su cargo:

El área de proyectos, dirigida por Ana Sofía Pinedo, que se encarga de la elaboración de proyectos para presentar a los diversos concursos a nivel nacional e internacional y preparar toda la documentación para las licitaciones públicas y privadas.

Un área de gestión, dirigida por Janeth Quispe Castillo, que se encarga de todo lo relacionado a servicios que se ofrecen, como pasacalles, obras de teatro, presentaciones artísticas, clases maestras, batucadas, tanto para instituciones públicas como para empresa privadas.

Un área de creación, dirigida por Arturo Mejía, que se encarga de todo lo relacionado a crear nuevas propuestas artísticas enfocadas en valores como solidaridad, compromiso, unión y a practicar con el elenco principal las diversas obras de teatro, circo, danza, música, etc.

Un área de educación, dirigida por Miguel Ángel Calla Caycho, que se encarga de realizar proyectos y actividades cuyo objetivo es fomentar la utilización del arte como un instrumento para apoyar la formación integral de las personas vulnerables, poniendo especial énfasis en valores como solidaridad, respeto y compromiso.

Un área de infraestructura, dirigida por Cristhofer Alexander Gonzales Caycho, que se encarga de todo lo relacionado a las actividades de mantenimiento, refacción, limpieza y revisión de material de trabajo para los distintos talleres que se dictan en la casa cultural.

Un área de comunicación, dirigida por Janeth Quispe Castillo, pero que recibe el apoyo de todos los miembros del equipo, su función principal es la difusión de los festivales, pasacalles y obras de teatro dirigidas al público; además, tiene el trabajo de ayudar a conseguir los fondos para sostener a la asociación, a través de la promoción y búsqueda de estos.

Cada responsable asume el liderazgo de cada área, pero a su vez recibe el apoyo de diversas personas para poder llevar a cabo los objetivos que se han propuesto. Asimismo, el compromiso que asumen no les impide poder apoyar a otras áreas.

Arena y Esteras cuenta en el primer piso con una sala de teatro, lugar donde se realizan las funciones y ensayan los participantes todos los días. En el pasadizo se encuentra un conjunto de fotos colgadas en la pared (algunas en blanco y negro) de las distintas participaciones que han tenido a lo largo de todos estos años. Estas imágenes representan las actividades de los primeros años, y muestran cómo nació Arena y Esteras.

En el segundo piso, se encuentran dos oficinas, también hay una gran sala de reuniones. Además, hay varios salones multiusos en los cuales se desarrollan varias actividades, como dictar cursos a los adolescentes y aparte dictan talleres para la población. Inclusive los vecinos han utilizado el local para sus reuniones barriales.

2.3.2. Fuentes de financiamiento de Arena y Esteras

Desde sus orígenes los miembros de la Organización Cultural Arena y Esteras establecieron que las fuentes de ingresos serían propios, ajenos a cualquier subsidio o control de alguna entidad pública o privada. De esta manera alcanzaban la independencia necesaria para abordar diversas temáticas sin ningún tipo de censura o control.

La gran mayoría de ingresos provienen de las funciones de teatro, que realizan en los distintos sectores de Villa El Salvador, también de la participación en los concursos de teatro nacionales o los viajes al extranjero. Todo el dinero llega a un fondo común y los responsables de cada área designan cuánto le toca a cada uno. Todos reciben por igual, de manera equitativa y de acuerdo a su trabajo. Este sistema de remuneración resulta el más adecuado, sin embargo, para algunos de los integrantes esta forma de dividir el dinero no les permite crecer, ni mejorar su calidad de vida.

Arenas y Esteras desarrolla diversas actividades con las cuales consigue los recursos necesarios para su funcionamiento, en la investigación, *20 años de alegría rebelde: implicancias de la cultura organizacional en la sostenibilidad de una organización de la sociedad civil. Una aproximación desde el caso de la Asociación Cultural Arena y Esteras. 2008-2012*, de la autora Lay (2012), sobre el financiamiento, señala lo siguiente (ver Cuadro n.º 1):

Cuadro n.º 1: Principales proyectos y actividades según línea de trabajo

Formación y creación artística.	Escuela Rodante: programa de educación comunitaria que utiliza el arte como medio para fomentar la formación integral y pleno desarrollo de los participantes.
	Barrio Circo: programa socioeducativo que promueve la formación de liderazgos, y la construcción de valores y habilidades sociales a través de la práctica del circo en una dimensión educativa y comunitaria.
	Giras e intercambios culturales: espacios de aprendizaje sobre el arte con un enfoque social y político. Arena y Esteras realiza giras al exterior del país, mientras que los intercambios culturales se dan tanto al interior como exterior del Perú.
	Escuela de Arte: talleres de formación artística. A diferencia de los otros proyectos, estos talleres tienen un costo y es una de las principales fuentes de generación de ingresos para la asociación.
Promoción de presentaciones culturales.	Festicirco - Festival de circo social: festival de circo comunitario en Villa El Salvador. Incluye actividades como Circo en el cole, Invasión circense, Circo en el parque, conversatorios, intercambio internacional, temporada de espectáculos en la casa comunitaria y voluntariado intercultural.
	Arte y Memoria Yuyaykunaypac: encuentro interactivo que une teatro, exposiciones, talleres, conferencias y voluntariado intercultural. El propósito es generar reflexión, debate y compromiso sobre los derechos humanos, identidad y memoria.

	Participación y promoción de conversatorios, conferencias y debates sobre arte y cultura para el desarrollo humano. Temporadas de circo, recitales, conciertos, pasacalles y otras actividades culturales.
Incidencia y visibilización del aporte del arte y la cultura.	Trabajo en redes: Movimiento de teatro independiente del Perú, Red de arte y transformación social, Comité cívico para que no se repita - Lima Sur, Red joven - sur, entre otros.
	Participación en mesas de trabajo sobre arte y cultura.

Fuente. Lay (2012, p. 57).

Adicionalmente, realizan actividades de manera gratuita que consisten en la promoción de ciudadanía, la inclusión social, generación de oportunidades para la infancia, adolescencia y juventud, así como el fomento de una cultura de paz y defensa de los derechos humanos, todo ello ocasiona un gasto oneroso, lo cual genera un gran problema económico.

Por otro lado, hay que considerar que muchos de sus miembros exigen dinero para ejecutar las obras teatrales, pero descuidan el rendir cuentas o hacer informes donde se detalle cómo se ha gastado ese dinero. Janeth Quispe, que estuvo realizando labores administrativas, señala al respecto lo siguiente:

Yo entré a la parte administrativa y legal para formalizar las cosas; todo era muy informal o es muy informal aún. Recién se están formando reglas o creando formatos para ordenarnos nosotros mismos también. Porque, si bien tenemos materiales, a las personas, la capacidad, pero nuestra misma dinámica o las cosas que hacemos hacen que descuidemos otras cosas que también son importantes y que hacen que podamos seguir avanzando. [...]. Pero esas cosas recién se están elaborando y los mecanismos, y en realidad a la gente de acá le cuesta asumir que hay reglas y mecanismos que seguir. Porque no quiere decir que porque seamos una institución cultural no tengamos reglas o

formas de trabajar. En cambio, aquí es como más abierto (Lay, 2012, p. 77).

En la actualidad, la organización ha logrado sostenerse económicamente a base de la contribución económica de sus integrantes, a las funciones de teatro, a las giras teatrales a nivel nacional e internacional y los proyectos que han ganado. Además, en los últimos años se han generado ingresos adicionales por hospedaje que se brinda a estudiantes de teatro que vienen del extranjero a conocer la experiencia de la organización.

A pesar de ello, los recursos conseguidos solo cubren las necesidades y no permiten proyectarse a realizar nuevas construcciones o a la compra de nuevas herramientas para sus presentaciones. En algunos casos apenas compensan sus gastos básicos de funcionamiento, una de las alternativas que le ha permitido generar más ingresos es a través de la promoción de sus funciones en Facebook.

2.3.3. Cultura organizacional de Arena y Esteras

Arena y Esteras ha logrado consolidarse gracias a valores como el respeto, la equidad, la solidaridad, la honestidad y la perseverancia por conseguir sus metas. Estos son los principios con los cuales se fundó Villa El Salvador. Todo esto es producto de las tradiciones andinas como la minga o la mita, traídas por los ciudadanos que vienen del campo a la ciudad y que se ven reflejadas en la cultura organizacional de la institución.

Para investigadores como Lay (2012), la cultura organizacional de Arena y Esteras está directamente asociada a tres valores fundamentales: “(a) el colectivismo, (b) el normativismo (criterio orientado a priorizar la acción social frente al pragmatismo), y (c) la territorialidad” (p. 64).

Para la autora, estos valores se volvieron esenciales para el desarrollo de la organización. Empezando por el colectivismo, que básicamente consiste en que cada uno de los integrantes deja de lado sus ambiciones personales para apoyar al grupo.

Un claro ejemplo es la compra y la construcción de la casa cultural donde dictan los talleres y realizan las funciones de teatro, esto ha sucedido porque todos sus integrantes decidieron no cobrar sus ganancias de los trabajos realizados y las entregaron para tener un espacio que los beneficie a todos.

Otro elemento fundamental son las normas de convivencia que se establecieron desde un inicio, esto permite definir cuáles son las reglas que todo grupo humano debe tener. De esta forma, se busca cohesionar a los integrantes con la organización, con el objetivo de convertirse en líderes capaces de iniciar un cambio social.

Un punto fundamental es la territorialidad como elemento unificador, ya que todos los integrantes nacieron y se formaron en Villa El Salvador. Esta identificación con su distrito los impulsa a buscar nuevas formas para mejorar su comunidad, puesto que de este modo contribuyen al desarrollo de sus familias y amistades.

La prioridad para todos los integrantes de Arena y Esteras es recuperar valores con el objetivo de fomentar el bien común y para ello se fundamentan en tres elementos: “La equidad en el aporte voluntario y sacrificios; la cooperación (sistema económico mancomunado) y la reciprocidad (cadena de aprendizaje). Todos estos criterios mantienen un elemento común: la importancia de la preocupación por el otro”. (Lay, 2012, p. 70).

De esta manera, se deja de lado el individualismo y se apela a la familiaridad y el apoyo mutuo, generando lazos muy fuertes en el equipo. Una muestra de ello es lo señalado por la investigadora Lay en la entrevista con Pamela Gamonal, una joven que ingresó a los 11 años de edad a los talleres de Arena y Esteras, que señala lo siguiente: “Aquí yo aprendí eso, a ver las cosas de una manera diferente, de proyectarme. Como que el grupo no solo te aporta para ti ¿no? Sino que te ayuda para que tú puedas aportar a otros espacios, en este caso, a mi familia” (Lay, 2012, p. 70).

Como bien señala Lay (2012) la aplicación de los principios de normatividad, territorialidad y colectivismo son la base fundamental para concluir que la cultura organizacional de Arena y Esteras es fuerte, porque se asimila y difunde ampliamente entre su equipo de manera permanente y se ha transmitido a lo largo de seis generaciones que han aportado en el crecimiento de la institución, ya sea a través de las representaciones teatrales, los festivales a nivel nacional e internacional, o los proyectos nacionales como los murales.

Al ser tener una cultura organizacional fuerte el compromiso se vuelve más sólido, en el caso de Arena y Esteras esto se puede comprobar en el esfuerzo que realizan sus integrantes realizando trabajos extra los domingos y feriados. Inclusive los salarios que reciben son por debajo del costo de oportunidad actual y la permanencia del personal en algunos casos es de más de 6 años en la organización. Como en el caso de Rocío Paz que señala lo siguiente:

Lo que ha generado que Arena tenga lo que tiene es su propia gente. Porque hubiera sido fácil para nosotros decir “ya, bueno, ya tenemos algo de dinero, hay que repartirlo”, ¿no? Yo entré a Arena y Esteras cuando no teníamos nada, cuando no teníamos clavos, no teníamos trapezio, ensayábamos en la arena, no teníamos paredes y el vecino nos veía, cosas como esas. Entonces, el hecho de ver que otros espacios tenían elementos de circo y eso, decíamos “lo que tenemos hay que invertirlo para comprar”. Y así fuimos comprando, comprando. Por eso, cuando mucha gente viene, yo les digo: “Mira, esto antes no existía, se fue haciendo con lucha, con el esfuerzo de todos, ¿no?”. Esto se ha construido por toda la gente que ha pasado por Arena y Esteras, porque por Arena y Esteras ha pasado muchísima gente. Entonces, el hecho de sacrificar, claro, muchas veces nos hemos privado de ganar, no sé, S/ 1000, y muchas de nuestras actividades son gratis, como dictamos estos talleres muchas veces privándonos de cosas, y es el compromiso de la propia gente. (Lay, 2012, 80)

Por otro lado, existe un control muy fuerte, pero bajo una tendencia hacia lo radical, especialmente en los cambios que Arena y Esteras necesita hacer, un claro ejemplo de ello es no contratar personal externo (administradores) que no acepte un salario igual al resto de los integrantes. Inclusive convirtiéndose esto en una barrera para mejorar la organización.

Asimismo, la cultura organizacional se ha logrado sostener gracias a una serie de factores, uno de ellos es el teatro como elemento unificador, que ha permitido la participación de todas las personas en la realización y creación. Un segundo factor son los almuerzos colectivos y las actividades de proyección comunitaria. Un tercer factor son las capacitaciones y difusiones de la historia de Villa El Salvador y la vida de María Elena Moyano, donde se incluye la propia historia de Arena y Esteras.

El principal desafío de Arena y Esteras es identificar cómo puede recuperar y transmitir valores que permitan seguir generando un alto nivel de compromiso e identificación en las nuevas generaciones. Esto significaría que los actuales miembros de la organización, descubran qué nuevas motivaciones pueden incentivar a que más personas se involucren con el desarrollo de la comunidad.

2.4. Las redes sociales y su influencia en las organizaciones culturales

En los últimos años las redes sociales virtuales han tenido un aumento mayor de usuarios, de acuerdo a las estadísticas de Ipsos Perú, eran alrededor de 10 280 920 hasta el año 2016, en el año 2018 son alrededor de 11, 2 millones, la gran mayoría comprenden las edades de 8 a 70 años.

Cuadro n.º 2: Usuarios de redes sociales a nivel nacional



Fuente. Datos tomados de Ipsos Peru (2018, web)

Otra de las conclusiones que arrojan los resultados es lo relacionado a qué red social virtual utilizan los peruanos y en primer lugar se encuentra Facebook con un 98 %, luego sigue Whatsapp con un 72 %, Youtube con un 33 %, Instagram con un 24 %, Google+ con un 18 % y Twitter con un 10 %.

Esto demuestra el nivel de influencia que tienen las redes sociales virtuales en los ciudadanos y cómo son determinantes en distintos aspectos de la vida cotidiana. En el caso de las organizaciones también se han visto afectadas, pues actualmente para enviar un mensaje a sus clientes o colaboradores de manera efectiva y rápida se necesitan utilizar estas nuevas herramientas digitales, como bien señala Fernández y Alfaro (2017) quien afirma lo siguiente:

Cuando la organización se anima a utilizar este medio desde una perspectiva profesional, en el que el community manager plantea una estrategia alineada a los objetivos del negocio, se estaría descartando la comunicación improvisada, puramente informal, puesto que sería motivo de ineficacia, frustraciones y desorden (p.29).

Sin embargo, muchas organizaciones públicas y privadas todavía tienen ciertos reparos en la necesidad de incursionar en las redes sociales virtuales. En algunos casos es por desconocimiento y en otros casos es por la falta de un administrador de redes sociales virtuales que se encargue específicamente de esa labor.

La influencia de las redes sociales virtuales ha sido tan fuerte que, en el caso de las organizaciones gubernamentales, se han visto obligadas a sacar sus respectivas cuentas para poder comunicarse de manera más directa con los ciudadanos. Además, han descubierto que es una manera de mejorar los niveles de transparencia, ya que toda institución está en la obligación y en el deber de establecer canales de comunicación para facilitar una mayor participación de la ciudadanía en la gestión pública. Como afirma Fernández y Alfaro (2017) quien señala lo siguiente:

A través de las redes se puede establecer una comunicación horizontal, las personas asumen un rol más activo como agentes de cambio, vigilantes y protagonistas del progreso de su ciudad. Uno de los beneficios de la web 2.0 por parte de los organismos públicos es el fomento de la participación ciudadana, puesto que a través de ella existe la posibilidad de promover el desarrollo y solidaridad de la comunidad mediante actividades e iniciativa ciudadanas, incentivadas por las propias instituciones de gobierno (p.40).

En el caso de las organizaciones culturales se ha convertido de vital importancia incursionar en las redes sociales virtuales, ya que permite difundir sus objetivos y, asimismo, mostrar sus actividades, buscando crear una comunidad de cibernautas que tengan afinidad con los principios de la organización.

Una de las redes sociales virtuales que más utilizan las organizaciones es Facebook, porque permite crear un *Fan page* o perfil virtual de la organización; además, le facilita al administrador de la cuenta subir fotos, videos, audios, textos, infografías y adicionalmente realizar transmisiones en vivo, de esta manera se tiene un contacto directo con todos los usuarios. Con toda esta cantidad de información se genera un vínculo de mayor acercamiento con sus seguidores generando una comunidad virtual alrededor de los objetivos de la organización.

Otra de las grandes ventajas que ofrece Facebook es la capacidad de establecer una conversación con los usuarios a través de la sala de chat, en cuyo caso el seguidor tiene la posibilidad de escribirle directamente al responsable de manejar la cuenta todo lo que piensa de la organización.

Para cualquier organización tener una base de datos de los seguidores es sumamente complicado, pero gracias a la información que se obtiene de la cuenta Facebook, se puede establecer qué tipo de mensaje publicar, en qué momento publicarlo y medir el impacto de esa publicación. Alexander Chiu (2012), especialista en *marketing* digital, señala las ventajas que ofrece esta red social virtual:

La cualidad o tipo de información que nos ofrece Facebook es única. Podemos obtener variables de segmentación geográfica (como el país, la ciudad y hasta el distrito o barrio de residencia), de segmentación sociodemográfica, como el género, las edades, el nivel de educación (en qué colegio o universidad estudias o estudiaste y de qué promoción eres), la orientación sexual, el lugar de trabajo, la profesión y el idioma. Y, además, de segmentación psicográfica flexible, pues brinda la posibilidad

de poder definir palabras clave relacionadas con los gustos e intereses que queremos recopilar de las personas.

A esto debemos agregar que una de las herramientas persuasivas más efectivas son las que involucran la recomendación directa de tus familiares y amigos (como una publicidad 'boca a boca' virtual), que en el caso de Facebook se traduce en el texto de que a tus amigos 'les gusta' esa promoción, y que no hace más que elevar la confianza y el nivel de involucramiento (2012, web).

Por tal motivo, tener una cuenta en Facebook se vuelve una pieza clave para cualquier organización, puesto que la información que se obtiene de los usuarios resulta sumamente valiosa para conocer sus gustos, disgustos, preferencias, afiliaciones, estilo de vida, comportamientos de consumo, además de toda la información de familiares y amigos más cercanos.

2.4.1. El *prosumidor* en la web 2.0

Las primeras páginas web solamente servían para colgar información de la empresa o la institución en el ciberespacio, pero con el progresivo avance de la tecnología, internet empieza a evolucionar y las páginas web dejaron de ser una simple vitrina para convertirse en un espacio donde los usuarios participaban y creaban contenido.

Esto ocurre a partir del año 2004, con la aparición de Wikipedia, YouTube, Flickr, WordPress, Blogger, MySpace, Facebook, OnMyNews, Twitter, donde se abrió la posibilidad a los usuarios de ser capaces de comentar o publicar contenidos en la web, rompiendo el monopolio de la información que tenían los medios de comunicación. Es así como surge el concepto de “Web 2.0” que ha sido registrado por el teórico Tim O'Reilly.

Al abrirse la posibilidad de que los usuarios puedan compartir, a través de los blogs o las redes sociales, su información personal en forma de texto, fotos, videos o

audios, se generó un cambio sin precedentes en el ciberespacio, marcó un punto de partida donde las personas hacían pública su vida personal. Todos estos cambios que ocurrieron en internet fueron gracias a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, para el investigador Prato (2010) se encuentran las siguientes:

- a) Redes sociales: describe todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social.
- b) Contenidos: hace referencia a aquellas herramientas que favorecen la escritura en línea, así como su distribución e intercambio.
- c) Organización social e inteligente de la información: herramientas y recursos para etiquetar, sindicar e indexar, que faciliten el orden y almacenamiento de la información, así como otros recursos disponibles en la Red.
- d) Aplicaciones y servicios (*mashups*): dentro de esta clasificación se incluye un sinnúmero de herramientas, *softwares*, plataformas en línea y un híbrido de recursos creados para ofrecer servicios con valor añadido al usuario final (p.14).

De esta manera, el cibernauta se convirtió en productor y consumidor de su contenido, estas dos identidades conviven y se alternan, generando un nuevo concepto el de *prosumidor*. Sin embargo, cabe señalar que este nuevo concepto fue creado hace más de tres décadas atrás por Alvin Toffler, quien a inicios de la década de los ochenta escribía sobre el binomio productor-consumidor en su libro *La Tercera Ola*: “Durante la Primera Ola, la mayoría de las personas consumían lo que ellos mismos producían. Ellos no eran productores ni consumidores en el sentido usual. En lugar de eso, ellos pueden ser llamados prosumidores” (1981, p. 266).

Esta nueva herramienta tecnológica que tiene el ciudadano le da un protagonismo esencial en la democracia, porque no solo va a ser una persona que declara o paga impuestos y no es escuchado, todo lo contrario, ahora se queja y

manifiesta su malestar en las redes sociales virtuales. Además, ante los medios de comunicación deja de ser receptor pasivo para ser una fuente de información capaz de cambiar la agenda informativa. Para investigadores como Biondi, Miró Quesada y Zapata (2010) la audiencia “es la que prioriza entonces los temas de su interés, sobre los cuales se tiende a construir una agenda informativa, razón por la cual aquellos que se consideraban de exclusividad de los medios tradicionales ya no lo son” (p. 108).

Un claro ejemplo son los mensajes publicados por los usuarios en las redes sociales virtuales, sobre algún acontecimiento personal, puede ser algún impropio, falta de tránsito, accidente automovilístico o robo, el cual termina convirtiéndose en noticia y termina replicándose en los medios de comunicación masivos.

Pero esta abundancia de información, también ha generado una gran cantidad de falsedades o inexactitudes por los propios *prosumidores*. Ante este panorama se presenta un gran reto el cual es saber seleccionar lo que es verdadero de lo que es falso. Como bien lo afirman Biondi, Miró Quesada y Zapata (2010), en su libro *Derribando muros*, donde señalan lo siguiente:

Y es aquí donde se generan debates y preguntas varias, pues para un sector los contenidos de baja calidad que son generados por la audiencia no contribuyen a la cultura informativa. Es por ello que la habilidad por desarrollar en este nuevo entorno dominado por Internet sea la selección de contenidos (p. 110).

Actualmente, el poder que tiene el ciudadano como *prosumidor*, ha significado una nueva etapa en las comunicaciones, ahora selecciona información a su gusto, discute sobre el contenido y controla lo que consume. Inclusive es capaz de impulsar la convocatoria a marchas o protestas y generar el derrocamiento de un gobierno, como sucedió en la denominada Primavera Árabe. Todos estos cambios determinan un nuevo capítulo en la historia de la humanidad.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es mixta porque tiene una parte cuantitativa donde se hace un análisis e interpretación de las encuestas realizadas. Por otro lado, tiene una parte cualitativa en la cual se hace un análisis de contenido de la cuenta de Facebook, además de las entrevistas a los directores de la organización.

El diseño es no experimental; en relación a la temporalidad es transversal, el nivel es descriptivo.

Según el tipo de conocimiento previo usado en la investigación, es científica, porque hace uso de las ciencias sociales, como la sociología, conocimiento científico recopilado a través de exposiciones. También hace uso de las teorías comunicacionales.

Según la naturaleza del objeto de estudio: factuales o empíricas, porque su objeto de estudio son los hechos materiales, los acontecimientos históricos observables en la realidad, para ello nos servimos de fuentes directas como las redes sociales virtuales.

3.2. Unidad de análisis

Como unidad de análisis se tiene a los contenidos generados y publicados en las redes sociales virtuales, en este caso es sobre la cuenta de Arena y Esteras en Facebook.

Como el presente trabajo es transversal, se toma como objeto de estudio la periodicidad y las características de los mensajes que se publican en la cuenta de Facebook; además de los comentarios de los seguidores, durante el periodo 02/10/2018 al 26/10/2018.

Igualmente, se ha considerado las entrevistas a los fundadores de la asociación cultural, así como las encuestas realizadas a miembros que están participando activamente en Arena y Esteras.

3.3. Población de estudio

La población de estudio está compuesta por la información que se publica en la cuenta de Facebook de Arena y Esteras, durante el 02/10/2018 al 26/10/2018.

Adicionalmente, se ha realizado entrevistas a dos de los directores de la organización, asimismo, encuestas a jóvenes de edades entre 18 a 24 años, que participan en los talleres y en las representaciones que hacen los fines de semana. Por otro lado, se ha recolectado información de la propia institución.

3.4. Tamaño de muestra y criterios de selección de muestra

En el trabajo de investigación se analizan todos los contenidos generados en la cuenta de Facebook en el periodo del 02/10/2018 - 26/10/2018.

Para el criterio de selección de muestra se han realizado cuarenta encuestas a los jóvenes que residen cerca de la organización, de edades entre 18 a 24 años, que participan en los talleres y en las obras de teatro que hacen los fines de semana. También, dos entrevistas a los fundadores de la institución. Habiéndose excluido a los miembros que viven lejos de la organización y personas que tengan menos de 18 años o sean mayores de 24 años.

La toma de muestra se ha recogido sobre un universo de todos los integrantes de la Asociación Arena y Esteras, excluyendo a aquellos miembros que viven lejos y no participan activamente de los eventos organizados por la institución.

Hernández, Fernández & Baptista (2010) sostienen que los estudios cualitativos se basan en métodos de recolección de datos no estandarizados, no se efectúa medición numérica. En este estudio el tamaño de la muestra no es importante desde la perspectiva probabilística, ya que no se busca generalizar los resultados a una población más amplia, por el contrario, se busca la profundidad en la investigación.

3.5. Técnicas de recolección de datos

La presente investigación es interdisciplinaria porque analizará el contenido que se publica en Facebook, asimismo, el nivel de interacción de los usuarios con los miembros de la organización. También se realizó observación directa en el campo de acción.

Además, se ha utilizado encuestas a los participantes de los talleres de Arena y Esteras. Igualmente, entrevistas a sus representantes para conocer la dinámica de funcionamiento de la institución.

Las pruebas de hipótesis se realizarán a un 95 % de confianza.

3.6. Análisis de la información

Se trabajó con las publicaciones realizadas por la organización Arena y Esteras en la red social virtual Facebook. Además, se revisó los comentarios que hacían los usuarios a los post que publica la organización en la mencionada red social. Luego de revisar toda la información se procedió a realizar un análisis del contenido a base del siguiente esquema (ver Tabla n.º1).

Tabla n.º 1: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Del 02 al 26 de Octubre	
Publicaciones al día	
La frecuencia de las publicaciones	
Cantidad de comentarios por publicaciones	
Material gráfico	
Material audiovisual	
Título de la publicación	
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	
Cantidad de veces que se comparte la publicación.	

Fuente: Elaboración propia.

Adicionalmente, se ha hecho una revisión de las características de los contenidos que se han publicado de manera diaria, durante las fechas del 02 al 26 de octubre del año 2018, para tener resultados más precisos; además se les ha categorizado de la siguiente manera (ver tabla n.º2).

Tabla n.º 2: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Este análisis se fundamenta en el trabajo realizado por Vivero, en su tesis de Licenciatura en Comunicaciones, sobre *El análisis de la imagen en Facebook de la Reserva Ecológica Santa Rita*, para la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Donde señala que

Tipo de publicación: en esta categoría se define la naturaleza de la información publicada.

- Informativa: se denomina a una publicación que comunica los servicios que la RESR ofrece, el día, la fecha y la hora de la competencia de la que es parte.
- Promocional: es una publicación que informa promociones o descuentos obtenidos por realizar un llamado a la acción: dar un “me gusta”, comentar, compartir, etc.
- Contenido interesante: es una publicación que contiene información que puede ser de interés para el usuario, no precisamente sobre la RESR, pero sí relacionada con los temas que giran alrededor de la misma: campismo, deportes de aventura, pesca o andinismo, entre otros (Vivero, 2016, pp. 57-58).

Además, se hizo las entrevistas a dos directores de la organización: Arturo Mejía y Ana Sofía Pinedo, quienes respondieron las siguientes preguntas:

1. ¿Cuándo se fundó Arena y Esteras y cómo empezó?
2. ¿Cuáles fueron sus primeras presentaciones?
3. ¿Cuáles fueron sus principales logros?
4. ¿Qué rescatan de esos inicios?
5. ¿Cuál fue el hecho que marco un cambio en la organización?
6. ¿Cómo pudieron incentivar esa mirada cooperativista?
7. ¿Cómo está estructurado actualmente Arena y Esteras?
8. ¿Qué cargo desempeña cada miembro de la organización?
9. ¿Cómo utilizan las redes sociales y especialmente Facebook?
10. ¿En qué consiste la cultura organizacional?

Asimismo, se aplicó una encuesta a los 40 participantes, de edades entre los 18 a 24 años, que residen en Villa El Salvador y participan en los talleres y en las obras de teatro que hacen los fines de semana.

ENCUESTA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Buenas tardes, estimado participante, soy egresado de la Escuela de Posgrado de la Facultad de Ciencias Sociales, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, y estoy realizando una investigación sobre redes sociales y cómo influye en el desarrollo de la Asociación Cultural Arena y Esteras. Por lo que solicito su colaboración.

INSTRUCCIONES: las preguntas de este cuestionario presentan cinco alternativas de respuesta que debe calificar. Responda marcando con una (x) la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

ENCUESTA

PRIMERA VARIABLE. Redes sociales virtuales	1	2	3	4	5
Dependencia psicológica					
¿Es usuario de redes sociales?					
¿Cree que las redes sociales son indispensables para su rutina diaria?					
¿Reviso más de 10 veces al día mis redes sociales?					
¿Comparto en mis redes sociales virtuales todas las actividades que realizo en el día?					
¿Apenas despierto me conecto a las redes sociales?					
¿Estoy atento a las notificaciones de las redes sociales?					
SEGUNDA VARIABLE. Desarrollo de actividades culturales de Arena y Esteras					
Artística					
¿Utiliza las redes sociales virtuales como Facebook para compartir eventos de Arena y Esteras?					
¿De qué manera influyó la cuenta de Facebook en su decisión de participar en Arena y Esteras?					
¿Revisa la cuenta de Facebook de Arena y Esteras y le da un <i>like</i> a sus publicaciones?					
¿Sigue las transmisiones en vivo que se hacen en la cuenta de Facebook de Arena y Esteras?					

CAPÍTULO 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de los resultados de la encuesta a los miembros de Arena y Esteras, interpretación y discusión de resultados

Luego de haber realizado varias visitas a la Asociación Arena y Esteras me reuní con 40 personas (30 hombres y 10 mujeres) de edades entre los 18 a 24. Todos con grado de instrucción, secundario y superior, residentes en Villa El Salvador y participantes en los talleres y las obras de teatro.

En el momento de realizar las encuestas los dividí en grupos por edades: de 18 años son 15 hombres, de 20 años son 10 hombres, de 22 años son 5 hombres y de 24 años son 10 mujeres.

Además, procedí a separarlos por grado de instrucción: de 18 y 20 años son 25 hombres de estudios secundarios, de 22 años son 5 hombres de estudios superiores y de 24 años son 10 mujeres de estudios superiores.

Posteriormente, se ejecutó la encuesta y se obtuvo los siguientes resultados:

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

ENCUESTA

PRIMERA VARIABLE. Redes sociales virtuales	1	2	3	4	5
Dependencia psicológica					
¿Es usuario de redes sociales?	0	1	8	12	19
¿Cree que las redes sociales son indispensables para su rutina diaria?	2	5	17	13	3
¿Reviso más de 10 veces al día mis redes sociales?	5	4	12	10	9
¿Comparto en mis redes sociales virtuales todas las actividades que realizo en el día?	1	3	8	11	17
¿Apenas despierto me conecto a las redes sociales?	2	4	9	12	13
¿Estoy atento a las notificaciones de las redes sociales?	2	5	8	11	14
SEGUNDA VARIABLE. Desarrollo de actividades culturales de Arenas y Esteras					
Artística					
¿Utiliza las redes sociales virtuales como Facebook para compartir eventos de Arena y Esteras?	0	2	7	14	17
¿Influenció la cuenta de Facebook en su decisión de participar en Arena y Esteras?	0	6	5	11	18
¿Revisa la cuenta de Facebook de Arena y Esteras y le da <i>like</i> a sus publicaciones?	0	0	0	15	25
¿Sigue las transmisiones en vivo que se hacen en la cuenta de Facebook de Arena y Esteras?	0	0	5	15	20

Con los resultados obtenidos se procedió a tabularlos y a continuación se van a presentar las siguientes tablas:

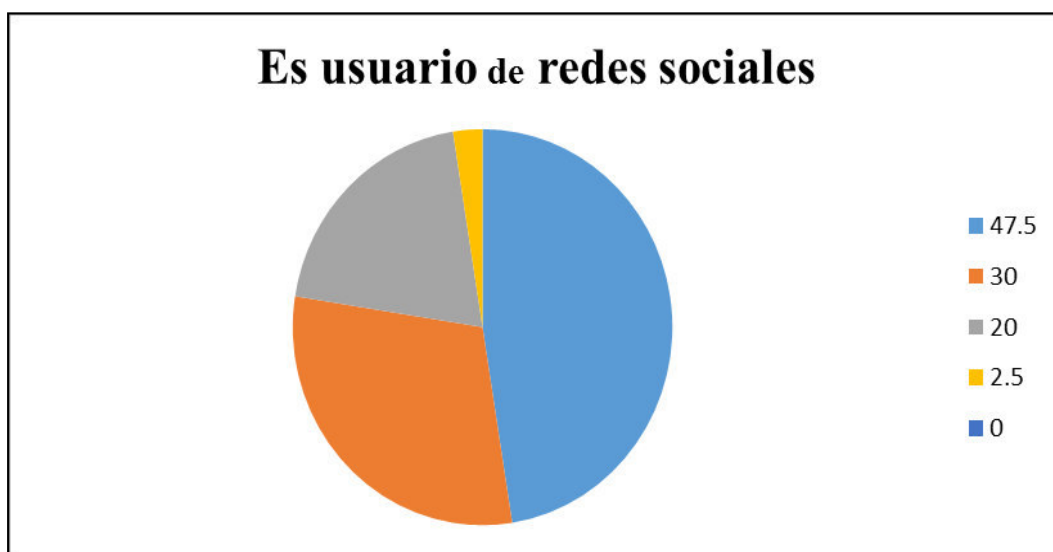
Tabla n.º 3: Matriz de resultados de encuesta

1. ¿ES USUARIO DE REDES SOCIALES?

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	19	47,5
Casi siempre	12	30
A veces	8	20
Casi nunca	1	2,5
Nunca	0	0
Total	40	100

Fuente: Elaboración propia.

Grafico n.º 1: Resultados de la pregunta n.º 1



Fuente: Elaboración propia.

Según lo observado, el 77,5 % de los encuestados (siempre y casi siempre) son usuarios muy frecuentes de las redes sociales virtuales. Mientras que un 20 % es un usuario moderado de las redes sociales y tan solo el 2,5 % casi nunca y nunca utiliza las redes sociales virtuales. Esto implica que el 97,5 % de los encuestados es usuario de las redes sociales y son potenciales seguidores de la cuenta de Facebook de Arena y Esteras.

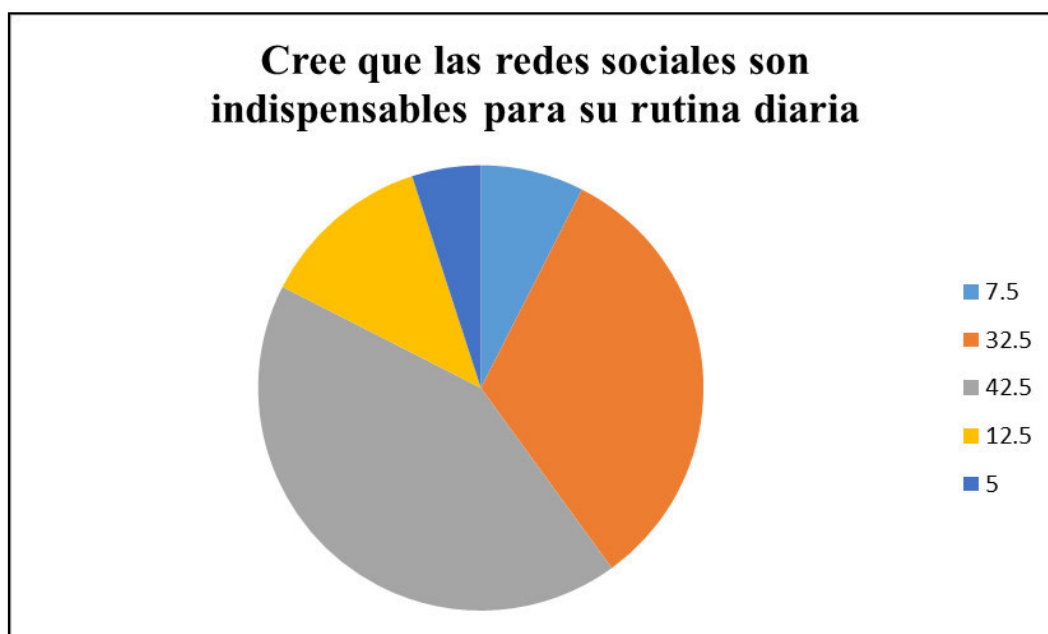
Tabla n.º 4: Matriz de resultados de encuesta

2. ¿CREE QUE LAS REDES SOCIALES SON INDISPENSABLES PARA SU RUTINA DIARIA?

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	3	7,5
Casi siempre	13	32,5
A veces	17	42,5
Casi nunca	5	12,5
Nunca	2	5
Total	40	100

Fuente: Elaboración propia.

Grafico n.º 2: Resultados de la pregunta n.º 2



Fuente: Elaboración propia.

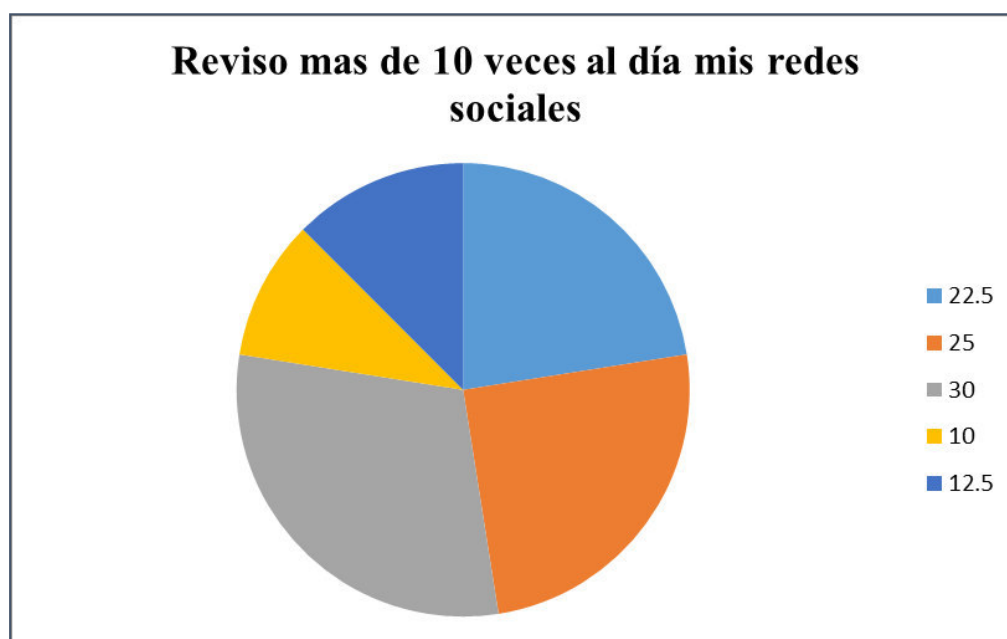
Según lo observado, el 40 % de los encuestados (la suma de los ítems siempre y casi siempre) cree que las redes sociales son indispensables para su rutina diaria. Mientras que un 42,5 % no las utiliza de manera diaria y tan solo el 17,5 % (casi nunca y nunca) no cree que las redes sociales son indispensables para su vida diaria.

Tabla n.º 5: Matriz de resultados de encuesta

3. ¿REVISO MÁS DE 10 VECES AL DÍA MIS REDES SOCIALES?		
FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	9	22,5
Casi siempre	10	25
A veces	12	30
Casi nunca	4	10
Nunca	5	12,5
Total	40	100

Fuente: Elaboración propia.

Grafico n.º 3: Resultados de la pregunta n.º 3



Fuente: Elaboración propia.

Según lo observado, el 47,5 % de los encuestados (siempre y casi siempre) revisa más de 10 veces al día sus redes sociales virtuales. Mientras que un 30 % lo hace de manera ocasional y no con tanta frecuencia, y tan solo el 22,5 % (casi nunca y nunca) lo revisa menos de 10 veces al día. Podemos observar la fuerte dependencia psicológica de la mayoría de los encuestados de las redes sociales virtuales.

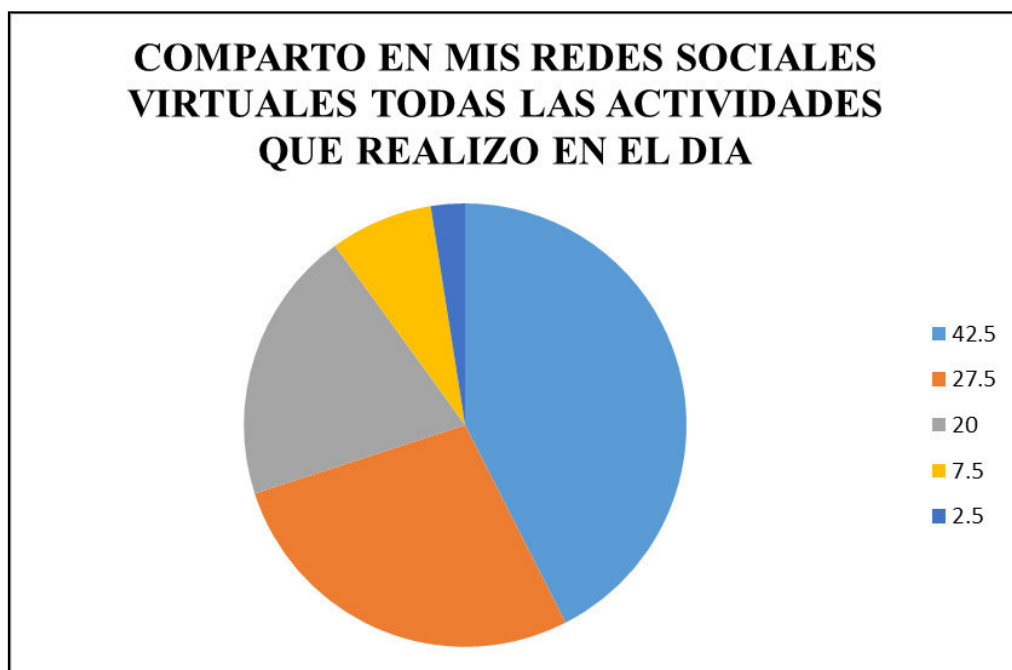
Tabla n.º 6: Matriz de resultados de encuesta

4. ¿COMPARTO EN MIS REDES SOCIALES VIRTUALES TODAS LAS ACTIVIDADES QUE REALIZO EN EL DÍA?

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	17	42,5
Casi siempre	11	27,5
A veces	8	20
Casi nunca	3	7,5
Nunca	1	2,5
Total	40	100

Fuente: Elaboración propia.

Grafico n.º 4: Resultados de la pregunta n.º 4



Fuente: Elaboración propia.

Según lo observado, el 70 % de los encuestados (siempre y casi siempre) comparte en redes sociales lo que hace en el día. Mientras que un 20 % son personas que lo hacen de manera ocasional y tan solo el 10 % (casi nunca y nunca) comparte algo de lo que hace.

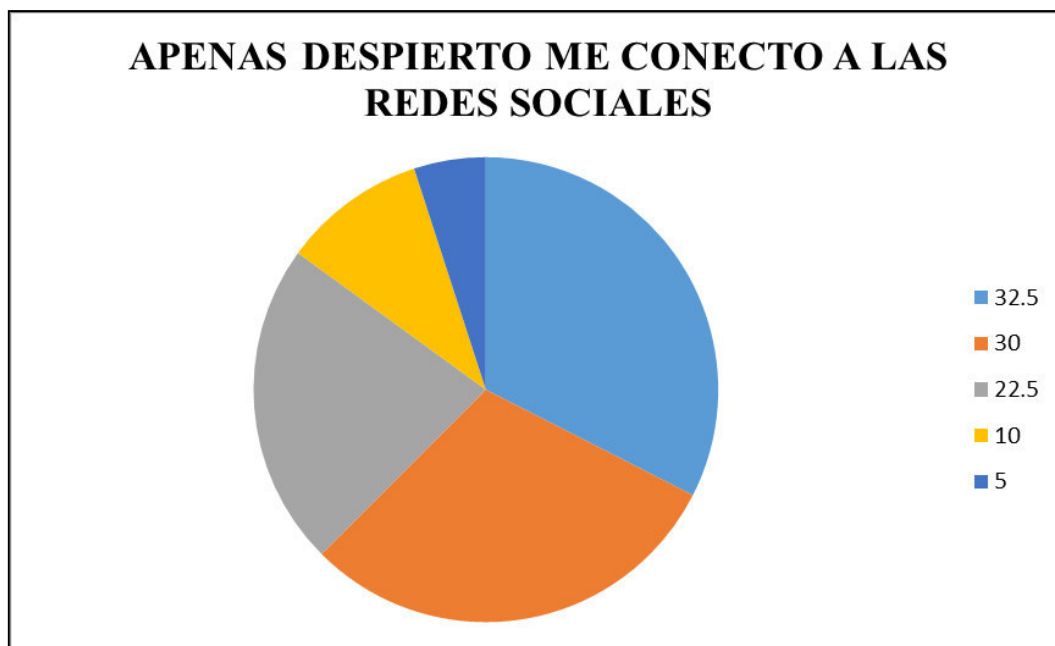
Tabla n.º 7: Matriz de resultados de encuesta

5. ¿APENAS DESPIERTO ME CONECTO A LAS REDES SOCIALES?

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	13	32,5
Casi siempre	12	30
A veces	9	22,5
Casi nunca	4	10
Nunca	2	5
Total	40	100

Fuente: Elaboración propia.

Grafico n.º 5: Resultados de la pregunta n.º 5



Fuente: Elaboración propia.

Según lo observado, el 62,5 % de los encuestados (siempre y casi siempre) lo primero que hace es revisar sus redes sociales virtuales. Mientras que un 22,5 % lo realiza de manera ocasional y tan solo el 15 % (casi nunca y nunca) lo hace y le da prioridad a sus actividades diarias fuera de las redes sociales.

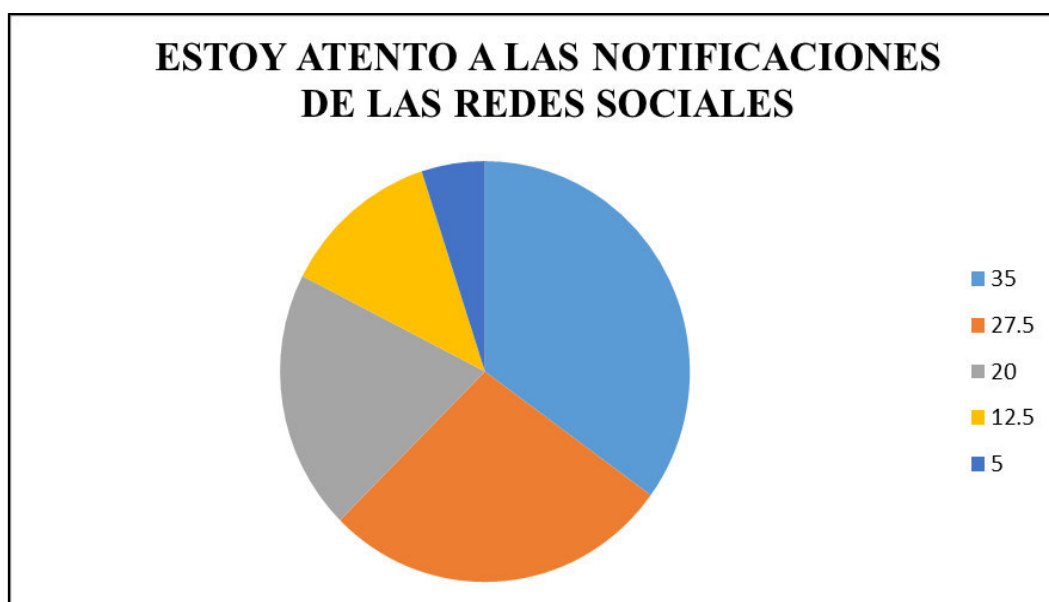
Tabla n.º 8: Matriz de resultados de encuesta

6. ¿ESTOY ATENTO A LAS NOTIFICACIONES DE LAS REDES SOCIALES?

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	14	35
Casi siempre	11	27,5
A veces	8	20
Casi nunca	5	12,5
Nunca	2	5
Total	40	100

Fuente: Elaboración propia.

Grafico n.º 6: Resultados de la pregunta n.º 6



Fuente: Elaboración propia.

Según lo observado el 62,5 % de los encuestados (siempre y casi siempre) está atento a las notificaciones. Mientras que un 20 % es un usuario que no le presta mucha atención y tan solo el 17,5 % (casi nunca y nunca) no le da atención a las notificaciones.

Tabla n.º 9: Matriz de resultados de encuesta

7. ¿UTILIZA LAS REDES SOCIALES VIRTUALES COMO FACEBOOK PARA COMPARTIR EVENTOS DE ARENA Y ESTERAS?

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	17	42,5
Casi siempre	14	35
A veces	7	17,5
Casi nunca	2	5
Nunca	0	0
	40	100

Fuente: Elaboración propia.

Grafico n.º 7: Resultados de la pregunta n.º 7



Fuente: Elaboración propia.

Según lo observado, el 77,5 % de los encuestados (siempre y casi siempre) utiliza las redes sociales virtuales especialmente Facebook para compartir eventos de Arena y Esteras. Mientras que un 17,5 % es un usuario que lo compartirá de vez en cuando y tan solo el 5 % (casi nunca y nunca) no comparte las actividades de Arena y Esteras.

Tabla n.º 10: Matriz de resultados de encuesta

8. ¿INFLUENCIÓ LA CUENTA DE FACEBOOK EN SU DECISIÓN DE PARTICIPAR EN ARENA Y ESTERAS?

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	18	45
Casi siempre	11	27,5
A veces	5	12,5
Casi nunca	6	15
Nunca	0	0
Total	40	100

Fuente: Elaboración propia.

Grafico n.º 8: Resultados de la pregunta n.º 8



Fuente: Elaboración propia.

Según lo observado el 72,5 % de los encuestados (siempre y casi siempre) se siente influenciado por la cuenta de Facebook en la decisión de participar en Arena y Esteras. Mientras que un 12,5 % no fue determinante en su decisión y tan solo en el 15 % (casi nunca y nunca) no influyó para nada en participar en la asociación.

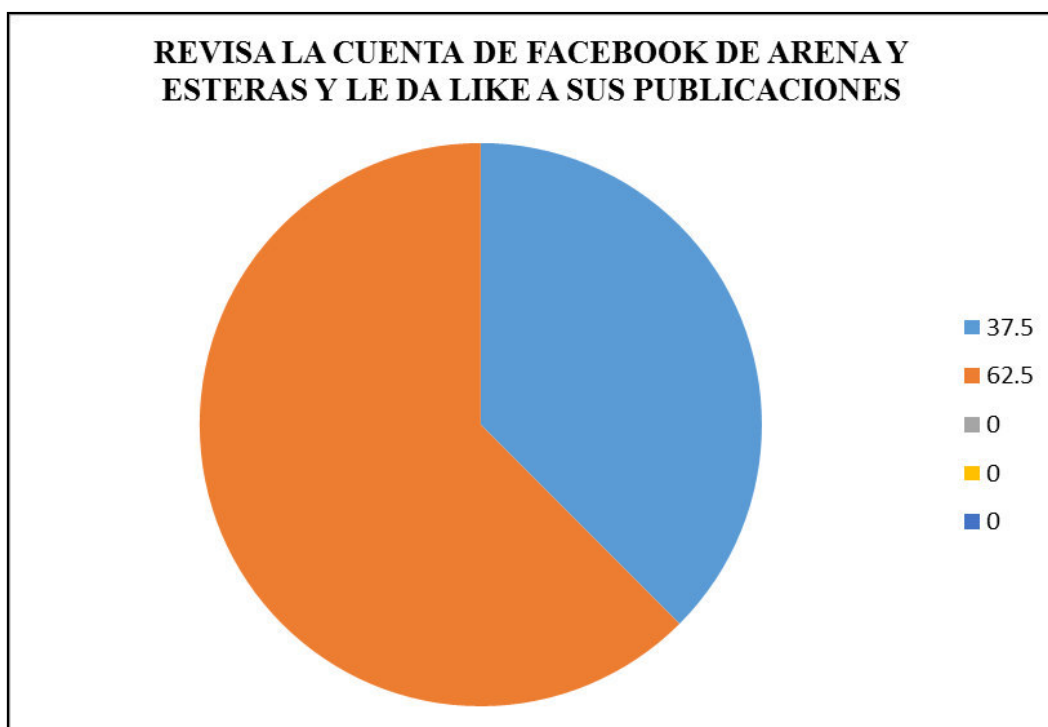
Tabla n.º 11: Matriz de resultados de encuesta

9. ¿REVISAS LA CUENTA DE FACEBOOK DE ARENA Y ESTERAS Y LE DA LIKE A SUS PUBLICACIONES?

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	15	37,5
Casi siempre	25	62,5
A veces	0	0
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
Total	40	100

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico n.º 9: Resultados de la pregunta n.º 9



Fuente: Elaboración propia.

Según lo observado, el 100 % de los encuestados (siempre y casi siempre) le da *like* a las publicaciones en Facebook.

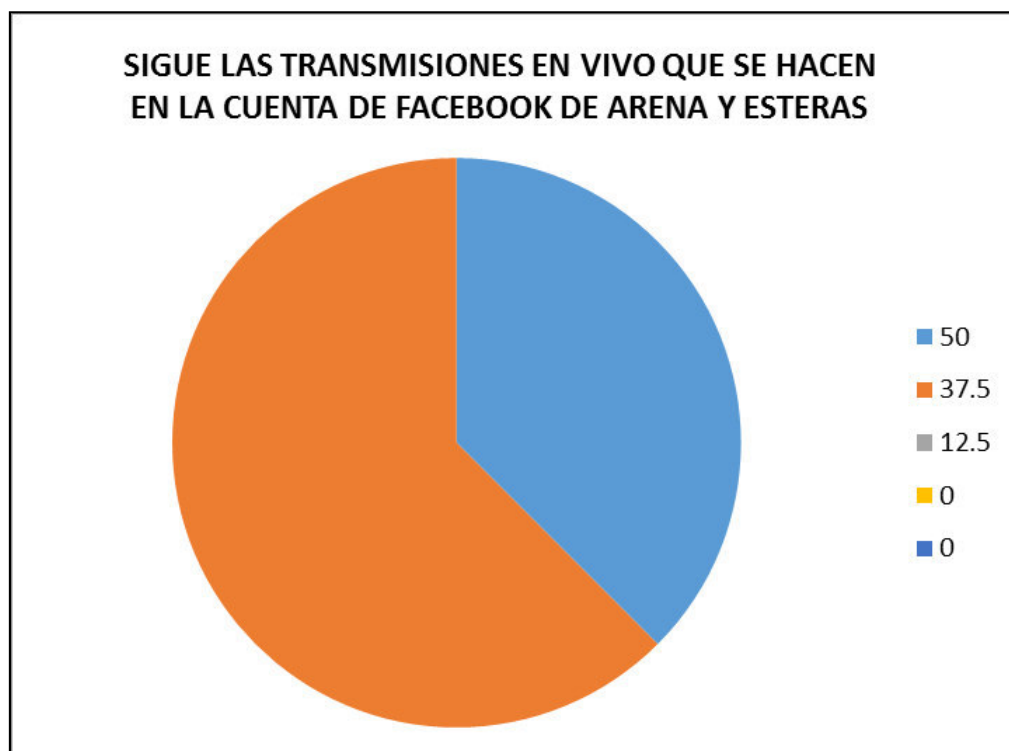
Tabla n.º 12: Matriz de resultados de encuesta

10. ¿SIGUE LAS TRANSMISIONES EN VIVO QUE SE HACEN EN LA CUENTA DE FACEBOOK DE ARENA Y ESTERAS?

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	20	50
Casi siempre	15	37,5
A veces	5	12,5
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
Total	40	100

Fuente: Elaboración propia.

Grafico n.º 10: Resultados de la pregunta n.º 10



Fuente: Elaboración propia.

Según lo observado, el 87,5 % de los encuestados (siempre y casi siempre) sigue las transmisiones en vivo que se hacen en la cuenta de Facebook. Mientras que a un 12,5 % les interesa seguirlo, pero muchas veces no lo pueden hacer porque están ocupados.

Tabla n.º 13: Resultados finales obtenidos a base de la participación de los encuestados

Preguntas	Bajo	Medio	Alto	
¿Uso de las redes sociales?	2,5%	20%	77,5%	100%
¿Las redes sociales son indispensables para la rutina diaria?	17,5%	42,5%	40%	100%
¿Revisa las redes sociales más de 10 veces al día?	22,5%	30%	47,5%	100%
¿Comparto en mis redes sociales virtuales todas las actividades que realizo en el día?	10%	20%	70%	100%
¿Apenas me despierto me conecto a las redes sociales?	15%	22,5%	62,5%	100%
¿Estoy atento a las notificaciones de las redes sociales?	17,5%	20%	62,5%	100%
Totales	14,2%	26%	60,0%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tal como se aprecia, existe un alto grado de uso de las redes sociales sobre todo de la plataforma Facebook como integrador social ya preestablecido en los niveles socioeconómicos bajos, el cual fue el principal factor de participación en la Asociación Cultural Arena y Esteras en un nivel alto, y, además, es el agente que cohesiona o conecta a los encuestados con las actividades de Arena y Esteras mediante las observaciones de las notificaciones.

Tabla n.º 14: Resultados finales obtenidos a base de la participación de los encuestados

Preguntas	Bajo	Medio	Alto	
¿Utiliza las redes sociales virtuales como Facebook para compartir eventos de Arena y Esteras?	5%	17,5%	77,5%	100,0%
¿Influenció la cuenta de Facebook en su decisión de participar en Arena y Esteras?	15%	12,5%	72,5%	100,0%
¿Revisa la cuenta de Facebook de Arena y Esteras y le da <i>like</i> a sus publicaciones?	0%	0%	100%	100,0%
¿Sigue las transmisiones en vivo que se hacen en la cuenta de Facebook de Arena y Esteras?	0%	12,5%	87,5%	100,0%
Totales	5%	10,6%	84,4%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar que los encuestados fueron claramente influenciados por la cuenta de Facebook de Arena y Esteras, inclusive fue un elemento importante en la decisión de formar parte de la organización, de igual forma siguen los eventos, le dan “Me gusta” a sus publicaciones y siguen las transmisiones en vivo que realizan.

4.2. Análisis de matriz de contenido de Facebook, interpretación y discusión de resultados

Ana Sofía Pinedo y su equipo decidieron que era necesario hacer cambios en el área comunicacional para llegar a más personas. En medio de largas horas de conversación con todos los participantes, surge la idea de crear una cuenta en Blogspot.com y crear su propio blog institucional y llenarlo de información de Arena y Esteras. Al principio se llenó de texto y fotos de los primeros pasacalles, acompañadas de una breve descripción, los resultados no se hicieron esperar, porque más personas se empezaron a interesar en las actividades que estaban realizando.

Luego tomaron la decisión de ingresar al mundo de las redes sociales virtuales y el 28 de abril del 2010 sacan una cuenta en Facebook, donde ingresaron

fotografías, audios y videos de los festivales que estaban realizando. Posteriormente, ese mismo año, el 20 de agosto, sacan una cuenta en Twitter.

Actualmente, la cuenta tiene 9681 seguidores y es administrada por el área de comunicaciones, dirigida por Janeth Quispe Castillo, quien asume la responsabilidad, pero recibe la ayuda de los demás fundadores de la organización.

Para el presente análisis de contenido se ha revisado la información publicada en la cuenta de Facebook de la asociación, entre las fechas 02 de octubre al 26 de octubre del año 2018, para consolidar todos los resultados obtenidos se ha elaborado el siguiente cuadro:

Tabla n.º 15: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Revisión de publicaciones entre el 02 de octubre al 26 de octubre	
Publicaciones en el día	Del 02 al 23 de octubre se realizó una publicación diaria. Solo los días 04, 15, 24 y 25 se hicieron dos. El día 20 se hizo tres y el 21 se hicieron 4 publicaciones.
Frecuencia de las publicaciones	Todas las publicaciones se realizaron en el día, del 02 al 23 de octubre se hicieron en las mañanas. Solo en las fechas 04, 15, 24 y 25 se realizaron una en la mañana y otra en la tarde. El día 20 se hizo dos en la mañana y una en la tarde y el 21 se hicieron 2 en la mañana y 2 en la tarde.
Material gráfico	Del 02 al 26 de octubre se han publicado fotografías en todas las publicaciones. El día 24 se publicó 25 fotos. El 02 se publicaron 12 fotos. El día 25 se han publicado, en una primera una y en la segunda se han colocado nueve imágenes. El 04 se han publicado cuatro y luego nueve fotografías. El 16 y 20 se subieron 7 fotos. El 21 se publicaron 5 imágenes, ese mismo día se publicaron tres imágenes adicionales. El 22 solo se publicaron 6. El 15 se subieron 4 fotos.

Material audiovisual	Solo el día 21 de octubre se realizó una transmisión en vivo.
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	Desde 02 al 26 de octubre se han encontrados <i>me gusta</i> en todas sus publicaciones. Siendo las más altas el 25 de octubre: 92 <i>me gusta</i> , el 10 de octubre con 57, el 20 con 43, el 02, 04 y el 19 con 40 <i>me gusta</i> .
Cantidad de veces que se comparte la publicación	En todas las fechas seleccionadas se han compartido las publicaciones. Las fechas donde mayor cantidad de veces se han compartido fueron el 19 de octubre donde se compartió 27 veces, el 10 se compartió 21 veces, el 09 se compartió 17, el 22 se compartió 11.
Cantidad de comentarios por publicaciones	Durante todas las fechas seleccionadas se han realizado comentarios. El 04, 09, 22 y el 15 solo uno. El 10, 20, 23 y 25 dos comentarios y el 21 se comentó 8 veces.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 16: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	Tenemos 17 publicaciones que han sido exclusivamente informativas.
Promocional	Mientras que tenemos 10 publicaciones que han sido promocionales.
Contenido interesante	Ninguno.

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Pruebas de hipótesis

La hipótesis planteada señala lo siguiente: las redes sociales virtuales, como Facebook, afectan a la Organización Cultural Arena y Esteras, ya que permite difundir su trabajo a más personas. Por consiguiente, utilizar adecuadamente los recursos que te ofrece Facebook como son la instantaneidad, la multimedialidad y la interactividad, va a permitir crear una comunidad virtual alrededor de una organización y mejorar la comunicación entre sus integrantes.

De acuerdo con la recolección de información obtenida de la cuenta de Facebook, de la Asociación Cultural Arena y Esteras, se puede concluir que es una herramienta muy útil para su desarrollo, puesto que permite una mayor difusión de sus actividades, asimismo, genera una comunicación fluida con diversas personas y un impacto importante entre sus usuarios.

También se puede señalar que utilizan de manera eficiente los recursos que ofrece la red social virtual, como la instantaneidad, pues publican de manera inmediata toda la actividad que están desarrollando, acompañada de sus respectivas fotografías y comentarios.

Asimismo, utilizan de manera eficaz la multimedialidad, la cual está relacionada con los recursos multimedia con los que cuenta esta red social, en este caso son las transmisiones de video en directo, que realizaron desde la cuenta de Arena y Esteras a todos los usuarios.

Por otro lado, en lo relacionado a la interactividad, la cuenta de Arena y Esteras se comunica de forma constante con sus usuarios, respondiendo a sus consultas y buscando su participación en los eventos que realizan.

Por tal motivo, se puede concluir que la hipótesis se acepta, porque en cada uno de los puntos mencionados se cumple con los resultados obtenidos de la realidad. Además, se puede comprobar que existe una comunidad virtual alrededor de la organización Arena y Esteras, que tiene una activa participación y que no solo

está conformada por sus usuarios, sino también por otras personas, a quienes les gusta la organización y sus actividades.

4.4. Presentación de resultados

Después de haber revisado detalladamente toda la historia de Arena y Esteras, así como su organización y su cultura organizacional. Además de haber realizado las entrevistas a sus fundadores y participantes, se obtuvo los siguientes resultados:

1. La Asociación Cultural Arena y Esteras es una organización que ha logrado consolidarse, gracias al esfuerzo de sus integrantes, quienes desde sus inicios tuvieron como premisa principal la difusión del arte en Villa El Salvador, siendo especialmente su público objetivo niños, adolescentes y jóvenes. A pesar de haber surgido en un momento complicado, sobre todo por los hechos de violencia del terrorismo, decidieron perseverar para ofrecer una vida diferente a sus ciudadanos.
2. A nivel organizacional Arena y Esteras es un modelo a seguir, puesto que se ha conformado un núcleo humano compacto porque sus integrantes siempre buscan el bienestar de la organización antes que sus intereses personales. Esta característica se ha convertido en un sello de identidad de la organización, el cual se ha transmitido a las nuevas generaciones que conforman la asociación.
3. La cultura organizacional de esta institución es un ejemplo a seguir, ya que esta se ha ido consolidando entre sus miembros, además del sentido de identificación que tienen sus integrantes con la organización y con Villa El Salvador.
4. Con respecto a la cuenta de Facebook se puede apreciar que esta es una pieza fundamental para el desarrollo de la organización, primero, como una herramienta de comunicación, donde se difunden las funciones de teatro, actividades culturales y demás eventos; segundo, como un elemento

unificador de los participantes, pues al ver sus imágenes, estas despiertan en ellos orgullo e identificación con Arena y Esteras.

5. El área de comunicación tiene entre sus tareas, revisar y actualizar la información de las obras y presentaciones artísticas, coordinar todos los elementos necesarios para realizar los talleres y obras, así como mantener un listado de instituciones o personas que los pueden ayudar. Pero los recursos con los que cuenta son escasos y no le permiten realizar más actividades.

En el caso del equipo directivo se puede señalar que dentro de sus fortalezas se encuentra la tolerancia, el ingenio y la adaptabilidad para estar constantemente buscando formas de generar ingresos, además de tomar decisiones de manera rápida. Pero dentro de sus debilidades se encuentra que hay una improvisación en temas de administración, gestión y comunicación, incapacidad de financiar los cambios requeridos, lo cual limita la calidad y renovación de los materiales de trabajo.

Arena y Esteras se encuentra ubicado en un área donde el trabajo que realizan es fundamental para los adolescentes, jóvenes y adultos; por tal razón, sus actividades van a tener un nivel de aceptación y participación permanente, lo que en todo caso falta es producir más actividades que le permitan generar más ingresos.

La gran dificultad que enfrenta es la realidad económica de la población de la zona que es de escasos recursos y en muchos casos no puede pagar los costos de los talleres. Por otro lado, hay una gran cantidad de organizaciones competidoras con grandes recursos económicos en el rubro artístico.

Uno de los puntos esenciales que ha logrado mejorar Arena y Esteras es la comunicación entre los directivos de la organización, ya que actualmente realizan reuniones y conversaciones más fluidas a través Whatsapp (servicio de mensaje de texto, audio y video), que se ha convertido en una herramienta esencial para interactuar de manera permanente y todo el día. De esta forma, la toma de decisiones es mucho más rápida.

Adicionalmente, se ha realizado una revisión de la cuenta de Facebook de Arena y Esteras y se pudo obtener los siguientes resultados:

1. El nivel de actualización de la información en la cuenta es constante a pesar de encontrar algunos días que no publican, sobre todo lo ocurrido entre el 4 al 9 de octubre.
2. Con respecto al manejo de las imágenes, se ve que es un aspecto adecuado pero que se podría mejorar, porque hay algunos días se repiten las fotos, como el caso del 15 de octubre y 20 de octubre. A pesar de ello, las fotografías son de excelente calidad.
3. La cantidad de visitas que tiene la cuenta es aceptable, ya que en casi todas las actividades hay un nivel de *me gusta* alto, el más pequeño ocurrió el día el 20 de octubre con solo 6 *me gusta*.
4. Un punto importante a destacar es el relacionado a la transmisión de video en vivo o Facebook Live, el cual lo realizaron el 21 de octubre teniendo resultados excepcionales, a pesar de no contar con una resolución alta, en ese momento lo vieron 409 personas, 3 comentarios y 29 *me gusta*.
5. El nivel de *feedback* con el público, es otro aspecto aceptable, puesto que se da respuesta rápida a las inquietudes de los seguidores.
6. Uno de los aspectos a tener en cuenta es el relacionado al número de publicaciones por día. En algunos casos es solamente un *post*, como el ocurrido el 9 de octubre, acompañado de una fotografía, generando poca repercusión entre los seguidores y otros días se publican hasta cuatro, lo cual genera un mayor impacto, como el ocurrido el 21 de octubre.
7. Tanto el nivel de comentarios o compartir es punto a revisar, ya que muestran la afinidad y empatía del usuario con el contenido de la publicación, en algunos días se ha encontrado que no se comparte, ni tampoco se comenta la publicación.

En los 25 días de estudio de la cuenta de Facebook de Arena y Esteras, se realizaron 27 publicaciones. La información que se publicó en esta red social virtual tiene relación directa con todas las presentaciones, pasacalles y festivales artísticos que realiza la organización. Los niveles de mayor audiencia se dan cuando se realizan las transmisiones de video o Facebook Live, asimismo, tienen un nivel alto de aceptación en los usuarios los temas relacionados a la conservación del medio ambiente y a las funciones de teatro.

En este lapso se colocaron en el muro de Facebook 27 publicaciones, que generaron 40 comentarios, teniendo como resultado un total de 707 *me gusta* y 15 compartidos.

De acuerdo al tipo de publicación, donde se señala la naturaleza de la información, se hizo una revisión y se obtuvo los siguientes resultados:

1. Informativo, el cual se denomina a una publicación que comunica esencialmente los beneficios y las ventajas que ofrece la asociación, alrededor de un 40 % de las publicaciones fueron relacionadas a este punto.
2. Promocional, es una publicación que informa sobre promociones, alrededor de un 60 % fueron sobre esta temática.
3. Contenido interesante, es una publicación que contiene información que puede ser de interés para el usuario, pero no se hizo ninguna en la cuenta de Arena y Esteras.

La cuenta de Facebook tiene cerca de 9681 personas que siguen a la asociación y conforman una comunidad virtual que tiene una participación constante en todas las diversas actividades que realizan. Además, hay cerca de 9720 personas a las cuales les gusta la cuenta, esto quiere decir que simpatizan por el contenido, las fotos o videos que publican regularmente, a pesar de no formar parte de su comunidad.

CONCLUSIONES

La Asociación Cultural Arena y Esteras es una organización que tiene como objetivo principal el desarrollo del ser humano a través del arte. Inculcando a sus miembros los valores de respeto, solidaridad y compromiso con su comunidad. A pesar de haber surgido en la década de los noventa, donde los actos terroristas de Sendero Luminoso eran constantes, Ana Sofía Pinedo y todo su equipo de trabajo no se acobardaron y tomaron la decisión que cambió por completo el futuro de sus vidas, de realizar pasacalles, festivales y obras de teatro con el fin de darle una sonrisa a una población golpeada por la pobreza y la injusticia.

En los primeros años de actividad recibieron varios reconocimientos por su labor de difusores del arte. Además de haber ganado diversos concursos a nivel nacional e internacional. Gracias a su trabajo compraron un terreno y construyeron un local donde realizan talleres y presentaciones para los habitantes de Villa El Salvador.

A nivel organizacional el aspecto más importante a destacar es el relacionado al concepto colectivo por encima de las ambiciones personales, esto demuestra el sentido de unidad y bienestar común que todavía está presente en las nuevas generaciones.

Con respecto al tema de la cultura organizacional, se puede identificar tres valores esenciales: el colectivismo, el cual sostiene que solo la acción grupal y mancomunada de todos sus integrantes va a permitir superar cualquier barrera; la territorialidad, concepto que establece que el desarrollo de la asociación va a posibilitar el crecimiento de Villa El Salvador y el normativismo, el cual significa que todos sus integrantes deben seguir las reglas que establece la asociación, siendo una de las más relevantes promover el arte en la población más vulnerable, como son los niños.

La importancia de inculcar en niños, adolescentes y jóvenes valores como respeto, solidaridad y compromiso con su comunidad permite la construcción de una

sociedad sin discriminación, consiguiendo formar ciudadanos responsables. De esta forma, se inculca desde pequeños a realizar trabajos gratuitos con el fin de ayudar y darle alegría a toda su comunidad.

Son estos valores los que han conformado un nivel de integración y compromiso de todos los miembros con la organización Arena y Esteras. Además, se ha mostrado cómo este sentido cooperativista se aplica en la remuneración de los miembros de la organización, pues todos reciben un mismo sueldo, no existe preferencia, ni distinción.

A lo largo de estos 27 años de funcionamiento, la socialización de la cultura organizacional se ha transmitido a los nuevos integrantes de la organización gracias al compromiso de sus integrantes de participar en las actividades cotidianas como festivales artísticos y obras de teatro en Villa El Salvador, esto ha permitido la unificación de los diversos miembros de Arena y Esteras.

Un punto que ha generado un quiebre en el desarrollo de la asociación son las redes sociales virtuales, especialmente la cuenta de Facebook de Arena y Esteras, la cual le ha permitido aumentar la capacidad de difusión, fomento y divulgación de sus actividades. Además de conseguir una comunidad virtual que sigue cada festival, pasacalle y obra de teatro que realizan. Por otro lado, le ha hecho posible publicar fotografías y realizar transmisiones en vivo o Facebook Live, consiguiendo de esta forma más seguidores.

En la revisión de toda la información publicada en la cuenta de Facebook se puede concluir que es útil para la asociación, porque cada uno de los *post* ha generado un comentario entre los usuarios, además, han logrado aumentar los seguidores y han consolidado su comunidad virtual. Asimismo, se ha comprobado el excelente nivel de repercusión que genera con la cantidad de *compartir* que ha provocado. Con respecto a la calidad de contenido se puede señalar que básicamente lo utilizan como un medio de promoción de las actividades.

RECOMENDACIONES

Arena y Esteras se ha convertido en un referente de la cultura en Villa El Salvador y les ha dado a más de cincuenta personas, entre niños, adolescentes y jóvenes, la posibilidad de conocer el mundo del arte y de tener una vida diferente alejada de la violencia.

No obstante, hay algunos aspectos que se deben mejorar, como lo relacionado a generar más ingresos que permitan cubrir todas las necesidades de la organización. Sin el dinero necesario no se pueden realizar mejoras en la infraestructura o en la compra de equipos. Para lograr este objetivo se necesita incorporar un equipo multidisciplinario que se dedique al tema de la distribución y generación de recursos.

Los principales valores de la cultura de Arena y Esteras corresponden a la identidad con Villa El Salvador, es decir, con el trabajo colectivo basado en prácticas de cooperación y la reciprocidad con enfoque en ayuda social. Ahora se deben plantear nuevas estrategias para llegar a las nuevas generaciones y poder despertar en ellos la misma energía y fuerza que tenían los fundadores de la organización.

Por esta razón, los directivos de Arena y Esteras deben aceptar cambiar sus prácticas habituales en lugar de intentar conservar las estrategias del pasado. Empezando por la incorporación de profesionales de diversas especialidades que contribuyan al desarrollo de la institución, a los cuales se les debe pagar un sueldo acorde al mercado profesional.

Además, se debe pensar en establecer alianzas con otras instituciones, como universidades o empresas, a las cuales les pueden brindar funciones dentro de sus locales o tal vez organizar talleres para los hijos de los trabajadores.

Con respecto al tema comunicacional sería ideal tener un equipo de profesionales que ayude, primero, a grabar y fotografiar todo lo que realizan;

segundo, que revisen todo el material tanto audiovisual como textual, y tercero, que se planifique todo el contenido que se va difundir.

En el tema de Facebook, es necesario hacer una serie de modificaciones para que sus publicaciones tengan mayor efectividad, dentro de las cuales se señala las siguientes:

1. Realizar mayores registros fotográficos de los talleres y de las funciones de teatro.
2. Hacer transmisiones de video de cada uno de los eventos.
3. Publicar como mínimo dos notas diarias en la cuenta de Facebook.
4. Hacer un video con cada uno de los fundadores de la organización donde se cuente cómo surge la idea y, por otro lado, un video con cada uno de los integrantes de Arena y Esteras relatando su experiencia.
5. Publicar, aparte del contenido de Arena y Esteras, material sobre acontecimientos del arte.
6. No se puede repetir las imágenes en las publicaciones, para eso se debe tener una mayor cantidad de fotografías.
7. Los textos no deben superar los 100 caracteres para que sea más rápida y ágil su lectura.
8. El tema del *feedback* es fundamental, un administrador de redes sociales que esté todo el tiempo respondiendo las inquietudes de los usuarios, así como que genere nuevo contenido.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alonso, G. & Arébalos, A. (2010). *La revolución horizontal: el poder de la comunicación en manos de la gente*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Arbaiza, L. (2010). *Comportamiento organizacional: bases y fundamentos*. Buenos Aires: Cengage Learning.

Arnao, J. & Surpachin, M. (2016). *Uso y abuso de las redes sociales digitales en los adolescentes y jóvenes*. Lima: Centro de Información y Educación para la Prevención del Abuso de Drogas.

Arena y Esteras (2011a) Carpeta institucional - Arena y Esteras. Lima.

Arena y Esteras (2011b) Casa Cultural Comunitaria Arena y Esteras. Lima.

Arena y Esteras (2016). “¡Por el derecho a la sonrisa!, Circo Social desde Villa El Salvador: La experiencia de Arena y Esteras”. Recuperado de http://www.infoartes.pe/wp-content/uploads/2017/11/Por_Derecho_Sonrisa_2.pdf?fbclid=IwAR1bh958uB5R66g-NMWRkAa7VdwbXQGR3t2jiHWIjYB4SI-F8XesHDIBymY

Becker, H. (2011). *Manual de escritura para científicos sociales. Cómo enseñar y terminar una tesis, un libro o un artículo*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.

Biondi, J.; Miró Quesada, S. & Zapata, E. (2010). *Derribando muros. Periodismo 3.0: oferta y demanda de la comunicación en el Perú de hoy*. Lima: Empresa Editora El Comercio S.A.

Blau, P. (1975). “Teoría macrosociológica de la estructura social”. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=846576>

- Bourdieu, P. & Wacquant, L. (2005). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.
- Bradley, A. & McDonald, M. (2016). *La organización social*. Lima: Punto y Coma Editores.
- Bustamante, E. (2008). *Redes sociales y comunidades virtuales en Internet*. México D. F.: Alfaomega.
- Caldarelli, G., & Catanzaro, M. (2014). *Redes: una breve introducción*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cama, S.; Machaca, J. & Mescoco, E. (2013). *Diseño de organizaciones contemporáneas*. Lima: Talleres Gráficos San José.
- Cameron, K. & Quinn, R. (2006). *Diagnosing and changing organizational culture*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Candón-Mena, J. (2014). "Comunicación, internet y democracia deliberativa en el 15M". Actas del Encuentro Transdisciplinar 15Mp2p. Una mirada transdisciplinar del 15M, 107-119. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/26998>
- Cánepa, M. & Ruiz, R. (2003). *Valores, afectos y motivaciones en grupos juveniles*. Lima: Centro de Estudios y Publicaciones.
- Carr, N. (2011). *Superficiales, ¿qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* México D. F.: Taurus.
- Carrera, F. (2012). *Redes sociales y networking, mejora la comunicación con web 2.0*. Lima: Empresa Editora El Comercio.

- Castells, M. (2012a). "El poder tiene miedo de Internet". Recuperado de 26/3/2016 desde http://www.elpais.com/articulo/reportajes/poder/tiene/miedo/Internet/elpepusocdmg/20080106elpdmgrep_5/Tes.
- Castells, M. (2012b). *Comunicación y poder*. México D. F.: Siglo XXI.
- Castells, M. (2011). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet*. Barcelona: Areté.
- Cebrián, M. (2010). *Información audiovisual y multimedia por Internet en la telefonía móvil*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Coser, L. (1961). Las funciones del conflicto social. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/342146577/Coser-L-A-1961-Las-funciones-del-conflicto-social-Me-xico-Fondo-de-Cultura-Econo-mica>
- Chiu, A. (2012 febrero 20). "El valor publicitario de Facebook". En Blog Anuncios luego existes. Recuperado de <http://blogs.gestion.pe/anunciosluegoexistes/2012/02/el-valor-publicitario-de-facebook.html>
- Christakis, N., & Fowler, J. (2010). Conectados. *El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*. México D. F.: Taurus.
- Ciuffoli, C. & López, G. (2012). *Facebook es el mensaje, oralidad, escritura y después*. Buenos Aires: La Crujía.
- Contreras, F.; Gomero, F.; Herrera, D. & Quijano, L. (2015). *Efecto del uso de redes sociales virtuales en mujeres empresarias del Perú* [Tesis de magíster en administración estratégica de empresas]. Lima: Escuela de Postgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Crozier, M. & Erhard, F. (1990). *El actor y el sistema: las restricciones de la acción colectiva*. México D. F.: Alianza Editorial.

- De La Rúa Federico (2008). Análisis de redes sociales y trabajo social, *Rev. Portularia*, 8, (1), 9-21. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1610/161017350001.pdf>
- Ekeh, P. (1982). Colonialismo y estructura social. Una conferencia inaugural. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/271134410_Colonialism_and_Social_Structure_An_Inaugural_Lecture
- Escudero R. (2017). *Plan estratégico de comunicación para el mejoramiento del fundraising y posicionamiento de la Asociación Cultural Arena y Esteras de Villa El Salvador (2014-2015)* [Tesis de magíster publicada]. Lima: Escuela de Postgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Felicié, A. (2006). *Biblioteca pública, sociedad de la información y brecha digital*. Buenos Aires: Alfagrama.
- Fernández, N. & Alfaro, Y. (2017). *Las redes sociales en las organizaciones*. Trujillo: Imprenta Editora Gráfica Real S. A. C.
- Flamholtz, E. & Randle, Y. (2011). *Corporate culture: the ultimate strategic asset*. San Francisco: Stanford Business Books
- Flórez García, J. (2013). *El comportamiento humano en las organizaciones*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Friedman, T. (2006). *La tierra es plana; breve historia del mundo globalizado del siglo XXI*. Madrid: Martínez Roca.
- Gallego, S. (2011). "Redes sociales y desarrollo humano". *Barataria*, 12 (1), 113-121. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Gardner, H., & Davies, K. (2014). *La generación APP. Cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital*. Barcelona: Paidós.
- Gestión (2019). "Social media: Perú es el primer país de la región con mayor porcentaje de alcance de redes sociales". Recuperado de <https://gestion.pe/tecnologia/social-media-peru-primer-pais-region-mayor-porcentaje-alcance-redes-sociales-258321-noticia/>

Hernández, R; Fernández, C. & Baptista, M. Metodología de la Investigación.

Recuperado de

https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Ipsos Perú (2018). “Usuario de redes sociales a nivel nacional 2018”. Recuperado de

https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2018-09/perfil_del_usuario_de_redes_sociales.pdf

Ipsos Perú (2016). Perfil del usuario de redes sociales. Lima: Ipsos Perú.

Jove, H. & Neira, I. (2017). *Sociología de las organizaciones e instituciones*. Puno: Emer Impresiones.

Kadushin, C. (2013). *Comprender las redes sociales. Teorías, conceptos y hallazgos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Kaushik, A. (2011). *Analítica Web 2.0. El arte de analizar resultados y la ciencia de centrarse en el cliente*. Barcelona: Gestión 2000.

Kirkpatrick, D. (2010). *El efecto Facebook*. Barcelona: Gestión 2000.

Lawrence, J. (2013). “Las raíces internacionales del 99 % y la “política de cualquiera””. *Revista Científica de Información y Comunicación* (10), 53-72. Recuperado de <http://institucional.us.es/revistas/comunicacion/10/8-68-2-PB.pdf>

Lay, J. (2012). *20 años de alegría rebelde, implicancias de la cultura organizacional en la sostenibilidad de una organización de la sociedad civil. Una aproximación desde el caso de la Asociación Cultural Arena y Esteras. 2008-2012*. [Tesis de Licenciatura en Gestión Social no publicada]. Lima: Facultad de Gestión y Alta Dirección, Pontificia Universidad Católica del Perú.

Lévi-Strauss, C. (1967). “Antropología estructural”. Recuperado de https://monoskop.org/images/6/67/Levi-Strauss_Claude_Antropologia_estructural_1978.pdf

Lucas Marín, A. (2000). *La nueva sociedad de la información*. Madrid: Trotta.

- Madariaga, C., Abello, R. y Sierra, O. (2003): *Redes sociales: infancia, familia y comunidad*. Recuperado de <http://revista-redes.rediris.es/webredes/textos/infancia.pdf>
- Manrique, N. (2016). *Una alucinación consensual, redes sociales, cultura y socialización en internet*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Manrique, N. (2015). *El tiempo del miedo: la violencia política en el Perú 1980 - 1996*. Lima: Fondo Editorial del Congreso del Perú.
- Martel, F. (2015). *Smart. Internet(s): la investigación*. Buenos Aires: Taurus.
- Martín del Barrio, J. (2012). “El chico que inventaba lo de siempre”. Recuperado el 15 de diciembre del 2017 desde http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/02/01/actualidad/1328102353_413693.html
- Mejía, A., entrevista personal. Lima, 02 de enero del 2018.
- Mizruchi, M. (1990). “Cohesión, equivalencia estructural y similitud de comportamiento: un enfoque para el estudio del poder político corporativo”. *Teoría sociológica*, 8, (1). 16-32 Recuperado de <https://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n48/02102862n48p103.pdf>.
- Núñez, L. & Torrecillas, T. (2011). “El poder y la comunicación en la sociedad digital”, pp. 35-48. En *Correspondencias & Análisis*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- O'Reilly, T. (octubre de 2005). Web 2.0: “Una definición compacta”. Recuperado de <http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-compactdefinition.html>
- Panfichi, A. & Alvarado M. (2009). Desconfianza y control: ONG y Política en el Perú. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/wp-content/uploads/sites/38/2010/08/Texto-Completo-ONG-PERU.pdf>
- Pilar, M. (2011). *Un lugar sin límites*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de San Martín de Porres.
- Pinzón Rivera, G. (2016). “La incidencia del movimiento de los indignados de España en el surgimiento de Occupy Wall Street de Estados Unidos como movimientos transnacionales”. Recuperado de <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/13202>

- Plaza, O. (2014). *Teoría sociológica, enfoques diversos, fundamentos comunes*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Portocarrero, F.; Sanborn, C.; Cueva, H. y Millán, A. (2002). *Más allá del individualismo: el tercer sector en el Perú*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Prato, L. (2010) *Web 2.0: redes sociales*. Villa María: Eduvim.
- Quiroz, M. (2012a). *Sin muros in muros. Aprendizajes en la era digital*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Quiroz, M.; Marcone, S. y Anguis, R. (2012b). *Jóvenes e internet: la cultura de las TIC*. Lima: Centro de Estudios y Publicaciones.
- Ritzer, G. (1997). "Teoría sociológica contemporánea". Recuperado de [http://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/teoria_sociologica_contemporanea_ritzer_george.com\).pdf](http://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/teoria_sociologica_contemporanea_ritzer_george.com).pdf)
- Rodríguez, D. (2001). *Gestión organizacional: Elementos para su estudio*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile
- Ruiz, J. (2007). Sociología de las Organizaciones Complejas. Recuperado de https://www.academia.edu/20234903/SOCIOLOG%C3%8DA_DE_LAS_ORGANIZACIONES
- Sánchez, A.; Pinochet, G. "El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudio de casos". (Revista). *Universidad y Empresa*, 19, (32), 107-135. doi:<http://dx.doi.org/10.12804/http://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/4847>.
- Sanz Menéndez, J. (2003). "Análisis de redes sociales: o cómo representar las estructuras sociales subyacentes". *Apuntes de Ciencia y Tecnología*, 5 (7), 20-29. Recuperado de <http://digital.csic.es/bitstream/10261/1569/1/dt-0307.pdf>
- Schein, E. (2004). *Organizational culture and leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Sheen, R. (2017). *La cultura organizacional y su impacto en la gestión empresarial un acercamiento a tres compañías peruanas*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Simmel, G. (2014). *Sociología: estudios sobre las formas de socialización*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.

- Small, G. (2009). *El cerebro digital: cómo las nuevas tecnologías están cambiando nuestra mente*. Barcelona: Urano.
- Solano, I.; González, V. & López, P. (2013). “Adolescentes y comunicación: las TIC como recurso para la interacción social en educación secundaria”. Recuperado el 15 de diciembre del 2017 desde <http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/p42/02.pdf>
- Tardivo, G. (2016). *Aproximación a la sociología contemporánea*. Barcelona: Editorial UOC.
- Toffler, A. (1980). *La Tercera Ola*. Bogotá: Plaza James.
- Torres, K., Álvarez, L., Gutiérrez, B. y Ávila-Toscano, J. (2012). *Redes sociales y análisis de redes. Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=511130>
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Vargas Llosa, M. (2011, Julio 31). “Más información, menos conocimiento”. *La República*, pp.18-19.
- Vega, J. (2016). *El teatro educativo, juegos, técnicas, libretos*. Huacho: Industria Gráfica Rimey.
- Velázquez, G. (2008). *Sociología de la organización*. México. D. F.: Editorial Limusa.
- Villegas, L.; Marroquín, R.; Castillo, V. & Sánchez, R. (2011). *Teoría y praxis de la investigación científica, tesis de maestría y doctorado*. Lima: Editorial San Marcos.
- Vite, O. (2017). *Adri Vainilla. Cómo se construye el capital social en redes sociales*. [Tesis de Magíster en Comunicaciones]. Lima: Escuela de Posgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Vivero, M. (2016). *Análisis de la imagen en Facebook de la Reserva Ecológica Santa Rita entre los deportistas de aventura (tesis de licenciatura)*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/12770/FINAL%20REVISION%20MCC%20CORRECCIONES%20HECHAS%2014nov%20%284%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Vizcarra, E. (16 de febrero del 2018). “Perú en Redes Sociales 2018 (Parte I)”. *La República*. Recuperado de <https://larepublica.pe/sociedad/1198456-peru-en-redes-sociales-2018-parte-i>
- Wasserman, S., & Faust, K. (2013). *Análisis de redes sociales. Métodos y aplicaciones*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Wellman, B. (1983). “Análisis de red: algunos principios básicos”. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/202050?seq=1>
- Yaranga, E. (2017). *Factores de éxito de la estrategia de comunicación digital desarrollada por la Policía Nacional del Perú para generar interacción en Facebook y Twitter* (Tesis de pregado). Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

ANEXOS

Tabla n.º 17: Matriz de Análisis de Publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 02 de Octubre	
Publicaciones al día	1
La frecuencia de las publicaciones	1 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	12 fotos
Material audiovisual	0
Título de la publicación	I Congreso de Políticas Públicas para la Cultura Viva Comunitaria
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	40 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	10 veces compartido

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 18: Matriz de Análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 02 de octubre, con título I Congreso de Políticas Públicas para la Cultura Viva Comunitaria.

Imagen n.º 1: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º19: Matriz de Análisis de Publicaciones en Facebook

Publicaciones en Facebook el 04 de octubre	
Publicaciones al día	2
La frecuencia de las publicaciones	1 en todo el día
Cantidad de comentarios por publicaciones	1 comentario
Material gráfico	9 fotos
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Arte y comunidad.
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	20 me gusta
Cantidad de veces que se comparte la publicación	2 veces

Fuente: Elaboración propia

Tabla n.º 20: Matriz de Análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 04 de octubre, con título: Arte y Comunidad.

Imagen n.º 2: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras

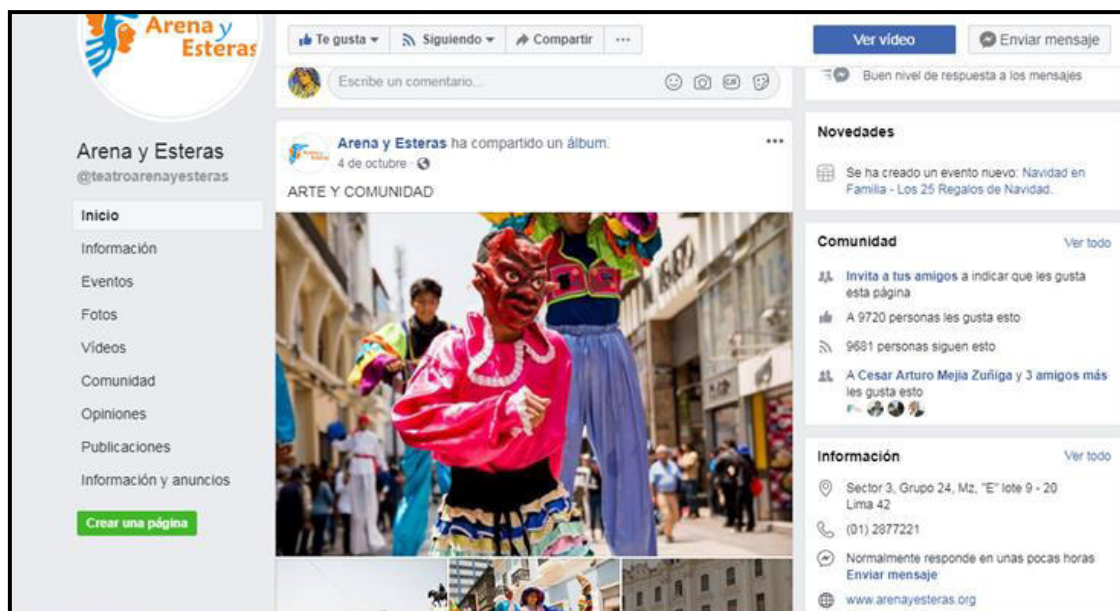


Tabla n.º 21: Matriz de Análisis de Publicaciones en Facebook

Publicaciones en Facebook el 04 de Octubre	
Publicaciones al día	2
La frecuencia de las publicaciones	2 en todo el día
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	4 fotos
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Urpila. ¿Qué me cuentas?
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	40 me gusta
Cantidad de veces que se comparte la publicación	6 veces compartido

Fuente: Elaboración propia

Tabla n.º 22: Matriz de Análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 04 de octubre, con título: Urpila, ¿Qué me cuentas?

Imagen n.º 3: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 23: Matriz de Análisis de Publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 9 de Octubre	
Publicaciones al día	1
La frecuencia de las publicaciones	1 en todo el día
Cantidad de comentarios por publicaciones	1
Material gráfico	1
Material audiovisual	0
Título de la publicación	14.º Encuentro de Arte y Memoria
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	25 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	17 veces compartido

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 24: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	
Promocional	1
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 09 de octubre, con título 14.º Encuentro de Arte y Memoria.

Imagen n.º 4: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 25: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 10 de octubre	
Publicaciones al día	1
La frecuencia de las publicaciones	1 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	2
Material gráfico	1
Material audiovisual	0
Título de la publicación	IV Congreso Latinoamericano Cultura Viva Comunitaria
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	57 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	21 veces compartido

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 26: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 10 de octubre, con título IV Congreso Latinoamericano Cultura Viva Comunitaria.

Imagen n.º 5: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 27: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 11 de octubre	
Publicaciones al día	1
La frecuencia de las publicaciones	1 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	1
Material audiovisual	0
Título de la publicación	14.º Encuentro de Arte y Memoria.
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	19 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	3 veces compartido

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 28: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 11 de octubre, con título 14.º Encuentro de Arte y Memoria.

Imagen n.º 6: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 29: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 12 de octubre	
Publicaciones al día	1
La frecuencia de las publicaciones	1 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	1
Material audiovisual	0
Título de la publicación	14.º Encuentro de Arte y Memoria Recorrido en bicicleta
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	26 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	9 veces compartido

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 30: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	
Promocional	1
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 12 de octubre, con el título 14.º Encuentro de Arte y Memoria.

Imagen n.º 7: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 31: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 13 de octubre	
Publicaciones al día	2
La frecuencia de las publicaciones	1 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	1
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Reconocimiento a Javier Bernaola
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	16 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	0 veces compartido

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 32: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 13 de octubre, con título: Javier Bernaola recibe reconocimiento.

Imagen n.º 8: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 33: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 13 de octubre	
Publicaciones al día	2
La frecuencia de las publicaciones	1 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	1
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Conversatorio del Encuentro de Arte y Memoria 2018
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	13 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	6 veces compartido

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 34: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	
Promocional	1
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 13 de octubre, con título Conversatorio del Encuentro de Arte y Memoria 2018.

Imagen n.º 8: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 35: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 15 de octubre	
Publicaciones al día	2
La frecuencia de las publicaciones	2 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	4
Material audiovisual	0
Título de la publicación	14.º Encuentro de Arte y Memoria 2018
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	5 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	0

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 36: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	
Promocional	1
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 15 de octubre, con el título 14.º Encuentro de Arte y Memoria.

Imagen n.º 9: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 37: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 15 de octubre	
Publicaciones al día	2
La frecuencia de las publicaciones	2 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	1
Material gráfico	1
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Bicicleteada Caminando con María Elena Moyano en el marco del 14.º Encuentro de Arte y Memoria
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	29 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	0

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 38: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	
Promocional	1
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 15 de octubre, con el título: Bicicleteada Caminando con María Elena Moyano en el marco del 14.º Encuentro de Arte y Memoria.

Imagen n.º 10: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 39: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 16 de octubre	
Publicaciones al día	1
La frecuencia de las publicaciones	1 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	7
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Taller de Stencil
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	29 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	1

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 40: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	
Promocional	1
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 16 de octubre, con el título: Taller de Stencil.

Imagen n.º 11: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º41: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 19 de octubre	
Publicaciones al día	1
La frecuencia de las publicaciones	1 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	1
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Reunión Ampliada Preparatoria - Perú para la jornada de organización del IV Congreso Latinoamericano de Cultura Viva Comunitaria.
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	40 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	27

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 42: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	
Promocional	1
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 19 de octubre, con el título: Reunión Ampliada Preparatoria - Perú para la jornada de organización del IV Congreso Latinoamericano de Cultura Viva Comunitaria.

Imagen n.º 12: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 43: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 20 de octubre	
Publicaciones al día	3
La frecuencia de las publicaciones	3 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	2
Material gráfico	7 fotos
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Encuentro de Arte y Memoria - Exposición Tablas de Mujer.
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	43 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	6

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 44: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 20 de octubre, con el título: Encuentro de Arte y Memoria - Exposición Tablas de Mujer.

Imagen n.º 13: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 45: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 20 de octubre	
Publicaciones al día	3
La frecuencia de las publicaciones	3 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	1
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Muertos que aún respiran.
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	8 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	4 veces

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 46: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	
Promocional	1
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 20 de octubre, con el título: Muertos que aún respiran.

Imagen n.º 14: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 47: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 20 de octubre	
Publicaciones al día	3
La frecuencia de las publicaciones	3 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	1
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Recorrido Caminando con María Elena Moyano.
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	6 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	0

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 48: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	
Promocional	1
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 20 de octubre, con el título: Recorrido Caminando con María Elena Moyano.

Imagen n.º 15: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 49: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 21 de octubre	
Publicaciones al día	4
La frecuencia de las publicaciones	4 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	5 fotos
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Caminando con María Elena.
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	11 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	1

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º50: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 21 de octubre, con el título: Caminando con María Elena.

Imagen n.º 16: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras

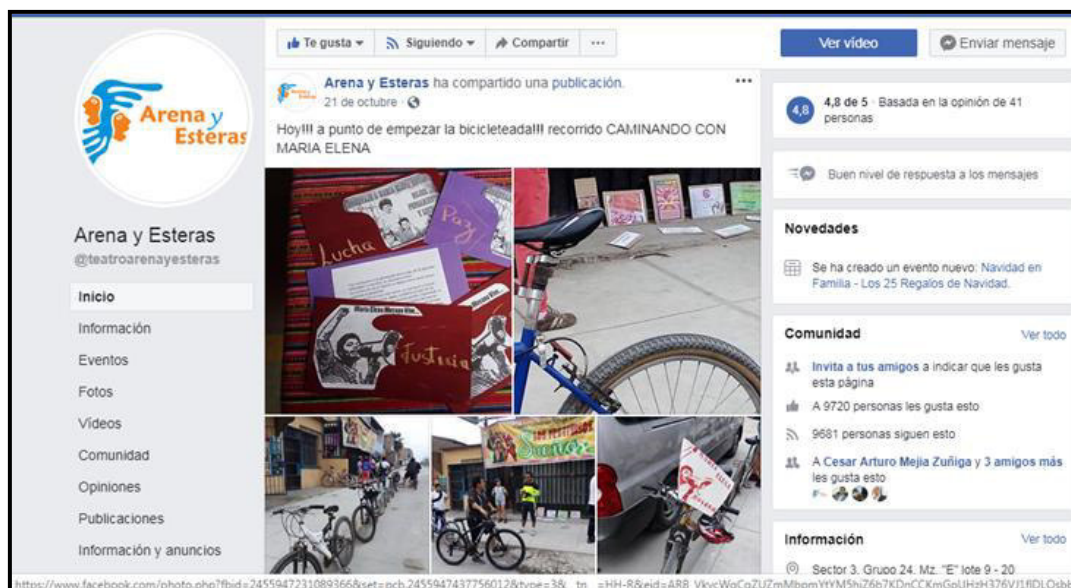


Tabla n.º 51: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 21 de octubre	
Publicaciones al día	4
La frecuencia de las publicaciones	4 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	3
Material gráfico	0
Material audiovisual	1 video de transmisión en directo, 409 reproducciones.
Título de la publicación	Transmitido en directo
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	25 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	1

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 52: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 21 de octubre, con el título: Transmitido en directo.

Imagen n.º 17: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 53: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 21 de octubre	
Publicaciones al día	4
La frecuencia de las publicaciones	4 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	3
Material gráfico	2 fotos
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Recorrido por la memoria y hablamos de María Elena Moyano.
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	12 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	2

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 54: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 21 de octubre, con el título: Recorrido por la memoria y hablamos de María Elena Moyano.

Imagen n.º 18: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 55: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 21 de octubre	
Publicaciones al día	4
La frecuencia de las publicaciones	4 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	2
Material gráfico	1foto
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Arena y Esteras en Alemania.
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	25 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	2

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 56: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 21 de octubre, con el título: Arena y Esteras en Alemania

Imagen n.º 19: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º57: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 22 de octubre	
Publicaciones al día	1
La frecuencia de las publicaciones	1 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	1
Material gráfico	6 fotos
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Teatro: <i>Muertos que aún respiran</i> - Encuentro de Arte y Memoria.
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	18 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	11

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 58: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 22 de octubre, con el título: Teatro: *Muertos que aún respiran* - Encuentro de Arte y Memoria.

Imagen n.º 20: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 59: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 23 de octubre	
Publicaciones al día	1
La frecuencia de las publicaciones	1 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	2
Material gráfico	1 foto
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Este 27 y 28 de octubre disfruta en familia de Festicirco.
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	24 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	9

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 60: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	
Promocional	1
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 23 de octubre, con el título: Este 27 y 28 de octubre disfruta en familia de Festicirco.

Imagen n.º 21: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 61: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 24 de octubre	
Publicaciones al día	2
La frecuencia de las publicaciones	2 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	25 fotos

Material audiovisual	0
Título de la publicación	Una bicicleteada por la ruta de la memoria
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	17 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	3

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 62: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 24 de octubre, con el título: Una bicicleteada por la ruta de la memoria.

Imagen n.º 22: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras

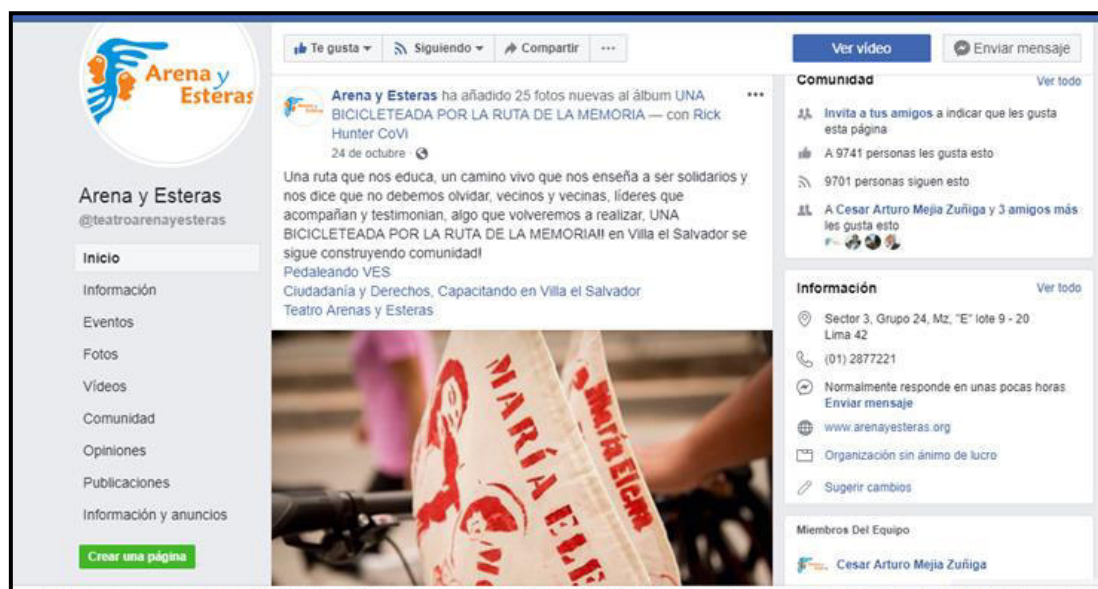


Tabla n.º 63: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 24 de octubre	
Publicaciones al día	2
La frecuencia de las publicaciones	2 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	1foto
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Arena y Esteras se suma a la semana del ambiente
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	6 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	4

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 64: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 24 de octubre, con el título: Arena y Esteras se suma a la semana del ambiente.

Imagen n.º 23: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 65: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 25 de octubre	
Publicaciones al día	2
La frecuencia de las publicaciones	2 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	2
Material gráfico	1 foto
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Puntos de cultura. Felicitamos a la gran marcha de los muñecons.
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	92 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	4

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 66: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 25 de octubre, con el título: Puntos de cultura. Felicitamos a la gran marcha de los muñecones.

Imagen n.º 24: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 67: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 25 de octubre	
Publicaciones al día	2
La frecuencia de las publicaciones	2 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	2
Material gráfico	9 fotos
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Taller de Compost - El cambio está en nuestras manos.
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	48 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	11

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 68: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	1
Promocional	
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 25 de octubre, con el título: Taller de Compost - El cambio está en nuestras manos.

Imagen n.º 25: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



Tabla n.º 69: Matriz de análisis de publicaciones en Facebook.

Publicaciones en Facebook el 26 de octubre	
Publicaciones al día	1
La frecuencia de las publicaciones	1 en todo el día.
Cantidad de comentarios por publicaciones	0
Material gráfico	1 fotos
Material audiovisual	0
Título de la publicación	Este sábado 27 y domingo 28 a las 6 p. m. a celebrar el #CRIOWEEN en el Teatro Arena y Esteras. Te esperamos
Me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece o me enfada	13 me gusta.
Cantidad de veces que se comparte la publicación	0

Fuente: Elaboración propia.

Tabla n.º 70: Matriz de análisis de tipo de publicación en Facebook

Tipo de publicación	
Informativo	
Promocional	1
Contenido interesante	

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados se pueden apreciar revisando la captura de la imagen de la cuenta de Facebook, del 26 de octubre, con el título: Este sábado 27 y domingo 28 a las 6 p. m. a celebrar el #CRIOWEEN en el Teatro Arena y Esteras. Te esperamos.

Imagen n.º 26: Cuenta de Facebook de Arena y Esteras



ENCUESTA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Buenas tardes, estimado participante, soy egresado de la Escuela de Posgrado de la Facultad de Sociología, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, y estoy realizando una investigación sobre redes sociales y cómo influyen en el desarrollo de la Asociación Cultural Arena y Esteras. Por lo que solicito su colaboración:

INSTRUCCIONES: las preguntas de este cuestionario presentan cinco alternativas de respuesta que debe calificar. Responda marcando con una (x) la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

ENCUESTA

PRIMERA VARIABLE. Redes sociales virtuales	1	2	3	4	5
Dependencia psicológica					
¿Es usuario de redes sociales?					
¿Cree que las redes sociales son indispensables para su rutina diaria?					
¿Reviso más de 10 veces al día mis redes sociales?					
¿Comparto en mis redes sociales virtuales todas las actividades que realizo en el día?					
¿Apenas despierto me conecto a las redes sociales?					
¿Estoy atento a las notificaciones de las redes sociales?					
SEGUNDA VARIABLE. Desarrollo de actividades culturales de Arena y Esteras					
Artística					
¿Utiliza las redes sociales virtuales como Facebook para compartir eventos de Arena y Esteras?					
¿Influenció la cuenta de Facebook en su decisión de participar en Arena y Esteras?					
¿Revisa la cuenta de Facebook de Arena y Esteras y le da <i>like</i> a sus publicaciones?					
¿Sigue las transmisiones en vivo que se hacen en la cuenta de Facebook de Arena y Esteras?					

**ENTREVISTA A CÉSAR ARTURO MEJÍA ZÚÑIGA,
DIRECTOR DE ARENA Y ESTERAS.**

La entrevista fue realizada en la Casa Taller de Arena y Esteras en Villa El Salvador, el 14 de julio del 2018. Respondiendo las siguientes preguntas:

1. ¿Cuándo se fundó Arena y Esteras y cómo empezó?

Todo empezó el 15 de febrero de 1992, cuando Sendero Luminoso mató a María Elena Moyano. Generó un dolor profundo en todos nosotros que vivíamos en Villa El Salvador y nos mostró cómo los terroristas mataban a las personas que pensaban o actuaban diferente a ellos. Luego de varios días me reuní con cuatro compañeros y decidimos que teníamos que hacer algo para cambiar esta situación, así que lo único que se nos ocurrió fue salir a las calles con un cartel que decía: “Por el derecho a la sonrisa”, de manera arriesgada y sin medir las consecuencias empezamos a crear un ambiente diferente en toda la comunidad. Queríamos devolverle a Villa El Salvador su música, el color y la vitalidad.

Al día siguiente, ya no éramos cuatro, se unieron más adolescentes y jóvenes y poco a poco, se fue construyendo un movimiento juvenil dispuesto a generar un cambio, a restablecer la alegría de vivir.

Al principio todos fueron pasacalles y actividades artísticas alrededor de nuestro barrio. Recién el 29 de marzo se fundó Arena y Esteras con el firme propósito de ser una organización de artistas, educadores y líderes comprometidos con nuestra comunidad.

2. ¿Cómo impactó en la comunidad?

Fue un golpe profundo, pero que nos permitió abrir los ojos, porque yo he caminado con jóvenes que creían en el discurso de Sendero. Pero luego se dieron cuenta de lo equivocado que estaban.

3. ¿Cuáles fueron sus primeras presentaciones?

Las primeras presentaciones eran en las canchas deportivas de los sectores cercanos a nuestras viviendas, nos reuníamos los sábados para coordinar qué haríamos y los recursos necesarios para hacerlo, para, finalmente, los domingos invitar a niños y padres a ver nuestras funciones. Cada uno aportaba lo que tenía de manera gratuita y desinteresada.

Todo cambió cuando en el año 1995 participamos en un proyecto sobre emprendimientos económicos, por el cual ganamos un pequeño crédito para establecer una tienda de multiservicios llamada Arlequín. Los ingresos obtenidos se destinaron, al sustento de Arena y Esteras. Sin embargo, dicha iniciativa solo duró dos años y, entre las diversas razones que motivaron el cierre de la tienda, se encuentra el hecho de que el negocio concentraba gran cantidad de tiempo y se dejaba de lado la ejecución de festivales y actividades de proyección comunitaria. Por otro lado, nos sirvió para ofrecer otros servicios, como animaciones de fiestas infantiles, polladas, etc.

4. ¿Cuáles fueron sus principales logros?

En el año 2000, un francés vio nuestra obra sobre la historia de Villa El Salvador, y nos planteó llevarla a Francia. Por primera vez salíamos de Villa El Salvador y nos fuimos a conocer otros países como España, Holanda, Alemania, Italia, Bélgica, Polonia y Eslovaquia.

Luego, realizamos giras a nivel nacional y, finalmente, en el año 2012 recibimos el Premio Nacional de Cultura con el cual logramos reconocimiento.

Al año siguiente, con todo el dinero que teníamos terminamos de construir la casa taller Arena y Esteras de Villa El Salvador, donde actualmente se dictan talleres y se realizan las presentaciones.

5. ¿Qué rescatan de esos inicios?

Al comenzó fue muy difícil continuar porque nos faltaba dinero para hacer las presentaciones. Sin embargo, estábamos decididos a continuar y no doblegarnos frente a las adversidades, fue esta perseverancia y el trabajo en equipo lo que nos permitió ganar diversos concursos y premios.

Hubo muchos momentos en los que nos hemos sentido cansados, decepcionados, hasta quieres tirar la toalla y empezar a construir algo propio, pero siempre hubo una motivación más grande, miraba la cara de los niños y me daba cuenta que debíamos continuar para construir una sociedad mejor.

ENTREVISTA A ANA SOFÍA PINEDO, DIRECTORA DE ARENA Y ESTERAS

La entrevista fue realizada en la Casa Taller de Arena y Esteras, en Villa El Salvador, el 14 de julio del 2018. Respondiendo las siguientes preguntas:

6. ¿Cuál fue el hecho que marcó un cambio en la organización?

En el año 1997, accedimos a un contrato para la elaboración de murales del Seguro Escolar Gratuito. A partir de esa experiencia es que decidimos prestar servicios para pasacalles, obras de teatro, pintado de murales, etc. Asimismo, logramos ejecutar pequeños proyectos con organizaciones como la Defensoría Municipal del Niño y Adolescente (DEMUNA), el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), las unidades de gestión educativa local (UGEL), entre otros.

La mayor satisfacción vino en el año 1998, cuando habíamos conseguido reunir una cantidad de dinero para comprar y construir el primer lote para la Casa Cultural Comunitaria de Arena y Esteras. También ayudó el Programa de Vivienda y Desarrollo Popular, promovido por la ONG Desco, y los préstamos bancarios.

Esto significó un hecho sumamente importante, ya que nos permitió estabilidad, más unión y nos permitió seguir con nuestros sueños.

7. ¿Cómo pudieron incentivar esa mirada cooperativista?

En el año 2005, la condición de la mayoría de los miembros cambió, debido a que algunos se casaron y formaron familia, lo cual originó que se fueran alejando, otro grupo de chicos quería estudiar y no tenían los recursos para hacerlo. Esto nos llevó a la conclusión de establecer un sistema de sueldos. De este modo, se creó una bolsa común a partir de la cual se reparten los sueldos entre todos los miembros del equipo. Este sistema todavía se mantiene, aunque los montos de salario se han incrementado con el tiempo.

8. ¿Cómo está estructurado actualmente Arena y Esteras?

Actualmente, hay tres áreas definidas que gobiernan todo el funcionamiento de Arena y Esteras. Primero, la Administración General, que da el soporte, ellos están encargados de los procesos contables, administración del personal y manejo de contratos.

Segundo, ésta es el Área de Educación y Creación, la cual consiste en la creación y ejecución de obras de teatro, manejo del personal, repertorio de obras, vestuario y utilería. Además, incorpora el manejo de los talleres dictados en proyectos como Escuela Rodante, Barrio Circo y Escuela de Arte.

Tercero, el Área de Comunicación, encargada de la difusión y promoción de las actividades, así como del manejo de las relaciones públicas y participación en concursos.

9. ¿Qué cargo desempeña cada miembro de la organización?

Actualmente, tenemos dos áreas definidas, la primera, legal (asamblea de socios), y la segunda, operacional (equipo permanente). La primera, cuenta con cinco

asociados: dos socios fundadores y tres socios que se incorporaron posteriormente. La segunda, su organización presenta un equipo permanente de 12 personas, que es el núcleo de trabajo que realiza la gestión e implementación de sus actividades. Dicho equipo está compuesto por tres socios, de los cuales dos son los socios fundadores; siete personas que ingresaron a partir de una selección interna, es decir, jóvenes que inicialmente pertenecían a los talleres de formación; y dos contratados externos: una contadora y un profesor de danza.

El resto de los miembros de la asamblea de socios asumen sus labores (esporádicas) *ad honorem*, el equipo permanente sí percibe un salario. Sin embargo, tres jóvenes de este equipo se dedican de manera voluntaria.

10. ¿Cómo utilizan las redes sociales y especialmente la cuenta Facebook?

Con respecto al tema de redes sociales, todavía nos falta afinar algunos detalles, como tener una persona responsable de publicar en la cuenta de Facebook, establecer un orden para las publicaciones, mejorar las fotografías, realizar más transmisiones en vivo, que son las que mejores resultados nos han dado.

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS CON LA DISTRIBUCIÓN ESTADÍSTICA *CHI* CUADRADO

Se realiza el análisis demostrativo si existen evidencias estadísticas para rechazar o aceptar la hipótesis planteada o nula, para lo cual se realiza el cruce de variables en una tabla de contingencia seguida de la prueba de hipótesis.

I. PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS

Hipótesis planteada o nula

No existe relación entre el uso de las redes sociales virtuales como Facebook y el desarrollo de las actividades culturales de la Asociación Cultural Arena y Esteras en el distrito de Villa El Salvador. Son eventos independientes.

Hipótesis alterna

Existe relación entre el uso de las redes sociales virtuales como Facebook y el desarrollo de las actividades culturales de la Asociación Cultural Arena y Esteras en el distrito de Villa El Salvador. Son eventos dependientes.

II. TABLA DE CONTINGENCIA

Valores observados

		Redes sociales virtuales. Dependencia psicológica en las redes sociales			
		Alto	Medio	Bajo	
Desarrollo de actividades culturales de Arena y Esteras. Artística	Alto	24	10	6	40
	Medio	4	4	4	12
	Bajo	2	2	2	6
		30	16	12	58

Valores esperados

	Alto	Medio	Bajo
Alto	20,68965517	11,03448276	8,275862069
Medio	6,206896552	3,310344828	2,482758621
Bajo	3,103448276	1,655172414	1,24137931

III. NIVEL DE SIGNIFICANCIA

$$\alpha = 0,05$$

IV. ESTADÍGRAFO DE CONTRASTE

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^3 \sum_{j=1}^3 (O_{ij} - E_{ij})^2 / E_{ij}$$

Operando el *chi* calculado, según formula:

0,529655172	0,096982759	0,62586207
0,78467433	0,143678161	0,92720307
0,392337165	0,07183908	0,46360153

Sumando todos los valores obtenidos:

4,03583333 este valor es el *chi* calculado.

V. REGIÓN CRÍTICA

El grado de libertad es:

$$(n.^{\circ} \text{ FILAS} - 1)(n.^{\circ} \text{ COLUMNAS} - 1)$$

Luego el *chi* cuadrado crítico será tabulado con un nivel de significación de 0,05 y 4 grados de libertad.

VI. CONCLUSIÓN

El criterio para aceptar la hipótesis planteada o nula es que el *chi* cuadrado calculado sea menor que el *chi* cuadrado crítico o tabular, luego comparando tenemos que en nuestro caso el *chi* cuadrado calculado es mayor (4,04) que el *chi* cuadrado crítico (0,711) por lo que se rechaza la hipótesis planteada o nula.

Esto significa que los dos atributos comparados para este grupo, que son el uso de las redes sociales, como Facebook, y el desarrollo de actividades artísticas de Arena y Esteras, están relacionados.